

# **O STYLING EDITORIAL EM PORTUGAL:**

**GÉNESE DO CAMPO DISCIPLINAR 1974 - 2016**

**Rita Melo Ferreira - 20152063**

Documento definitivo de Dissertação de natureza científica de Mestrado em Design de Moda

Orientação científica: Professor Doutor Francisco Mário Ribeiro Silva AKA Mário Matos Ribeiro

Presidente do Júri: Professora Doutora Teresa Michele Maia dos Santos

Vogal: Professora Doutora Maria José Sacchetti

Lisboa, Dezembro 2017





## O *STYLING* EDITORIAL EM PORTUGAL:

GÉNESE DO CAMPO DISCIPLINAR 1974 - 2016

Dissertação de natureza científica apresentada ao Mestrado em Design de Moda da Faculdade de Arquitetura da Universidade de Lisboa - como requisito parcial para a obtenção do grau de mestre em Design de Moda, sob a orientação do Professor Doutor Mário Matos Ribeiro.



À minha mãe, ao meu namorado e aos meus irmãos.  
Sem o vosso apoio, amor, dedicação e cumplicidade  
nada seria possível, muito obrigada por tudo.



## **AGRADECIMENTOS**

Primeiramente agradeço à minha mãe pela força, dedicação e amor. Por ser uma lutadora e nos momentos difíceis não ter desistido e ainda, por toda a ajuda durante esta fase e em especial na vida.

Ao meu namorado Rafael agradeço por toda a compreensão, amor incondicional e força que me oferece todos os dias com o maior sorriso e por me acompanhar com a maior cumplicidade durante este percurso e na vida.

Agradeço também aos meus irmãos, por terem colorido um pouco mais esta fase da minha vida e por me ajudarem também a concretiza-la, que seja com as traduções de inglês ou com as brincadeiras nos momentos difíceis.

Ao meu pai e aos meus avós agradeço pelo dinamismo e contributo para que também a realização da dissertação fosse possível.

Agradeço ao Professor Mário Matos Ribeiro pelo tempo, orientação e contribuição em todos os momentos de desenvolvimento da dissertação, tornando este processo árduo mais harmonioso.

Por me terem acompanhado nesta fase académica, pelo carinho e amizade, agradeço aos meus amigos e colegas em especial ao António, Marina, Marta, Márcia e Gabriela,

Aos stylists Susana Marques Pinto, Paulo Gomes, Paulo Macedo, Filipe Carriço e João Pombeiro agradeço pela amabilidade de me deixar entrevista-los mesmo como todos os seus projetos.

E ainda, agradeço às senhoras da Hemeroteca Municipal de Lisboa pela simpatia e serenidade durante os longos meses em que fiz do espaço minha casa para grande parte do estudo dos casos específicos das revistas.



## RESUMO

O tema da investigação é o *Styling* Editorial, integrado na área do Design de Moda, desde o 25 de Abril à atualidade, relacionando o conceito da comunicação em moda com o avanço das tecnologias e os meios de difusão do mesmo. Este estudo pretende examinar de forma contextualizada a emergência e a evolução desta disciplina criativa em Portugal (1974-2016), estabelecendo conexões com a cena internacional.

O aparecimento das revistas especializadas nos finais da década de 1980s aliado à necessidade de edição das roupas e imagens de moda, proporcionou novas visões nas formas de estar, pensar e expressões criativas que exprimiram valores estéticos, culturais e sociais.

Através de um conjunto de metodologias de natureza mista, a presente investigação aborda o tema explorando para além do contexto anterior e pós 1974, o contexto contemporâneo quer a nível das novas tecnologias mas também da evolução dos media de moda em Portugal.

Assim, a temática principal participa da junção de várias áreas de estudo que condensam a pertinência da investigação de modo a acrescentar informação relevante ao *styling*, complementado com a análise de casos de estudo e entrevistas que permitiram concluir sobre os processos nos media portugueses, mais especificamente os de moda.

## PALAVRAS - CHAVE

Revolução dos Cravos | Comunicação | Moda | *Styling* | Design Editorial





## **ABSTRACT**

The theme of the research is the Styling Editorial, integrated in the Fashion Design area, since the April 25th until now, relating the concept of communication in fashion with the advancement of technologies and the means of propagation thereof. This study intends to examine in a contextualized way the emergence and the evolution of this creative discipline in Portugal (1974-2016), establishing connections with the international scene.

The emergence of specialized magazines in the late 1980s, together with the need to publish fashionable clothing and images, provided new insights into the ways of being, thinking and creative expressions that expressed aesthetic, cultural and social values.

Through a set of methodologies of a mixed nature, the present investigation approaches the theme exploring beyond the previous context and post 1974, the contemporary context both in terms of new technologies but also of the evolution of the fashion media in Portugal.

Thus, the main theme participates in the combination of several areas of study that condense the pertinence of the research in order to addition relevant information to the styling, complemented with the analysis of case studies and interviews that allowed to conclude about the processes in the portuguese media, more specifically the fashionable ones.

## **KEYWORDS**

“Gillyflower Revolution” | Communication | Fashion | Styling | Editorial Design



## GLOSSÁRIO

### B.

*Blog* - é uma ferramenta de comunicação via web que se vai actualizando frequentemente através da colocação de posts, ou seja mensagens, podendo conter imagens, vídeos, links e textos com comentários/pensamentos do autor. Os seguidores poderão também colocar através de comentários, as suas críticas referentes ao conteúdo publicado.

*Blogger* - é o autor do *blog*; aquele que criou a plataforma para seu uso próprio. Por norma este publica as mensagens, no caso da moda, promovendo roupas e acessórios patrocinados por marcas de forma a cativar o público seguidor.

*Branding* - é a disciplina de gestão de uma marca, contemplando um conjunto de actividades como: estratégia, criação, design, entre outras, de forma a aumentar a sua eficácia, valor económico e simbólico e otimizar relações entre contactos.

*Briefing* - enunciado facultado para a realização de um determinado trabalho, contendo um conjunto de premissas a cumprir. Pode também designar a reunião de discussão para a determinação das condicionantes, muito praticada nas áreas da moda e da publicidade

### F.

*Freelancer* - é um profissional que trabalha por conta própria, sem estar associado a nenhuma empresa. No caso do *styling*, pode proporcionar ao sujeito momentos positivos como adquirir mais contactos, viajar mais e trabalhar em projectos diferentes a cada dia, consequentemente também tem aspectos negativos, como os cancelamentos imprevistos e férias/salários inexistentes.

## **H.**

*Hairstyle* - no contexto do styling e produção de moda, é o penteado executado por um profissional de cabelo, o cabeleireiro, adequado à temática e conceito escolhidos para desenvolver o trabalho.

## **I.**

*Influencer* - são pessoas neste caso com ligação direta à moda, podendo ser bloggers, designers, modelos, ou pessoas do senso comum, normalmente que exibem um número significativo de seguidores nas redes sociais e que formatam opiniões, sendo acompanhados com grande afluência pelos seguidores e pessoas interessadas na área. As marcas, produtos, entre outros através dos influencers procuram produzir estratégias de marketing para alcançar objetivos de promoção e posteriormente venda dos produtos.

## **M.**

*Makeup* - no contexto do styling e produção de moda, é a maquilhagem e produção de beleza executada pelo profissional responsável, o maquilhador, adequada à temática e conceito escolhidos para desenvolver o trabalho.

*Marketing* - é disciplina que faz a relação entre o produto e os clientes, ou seja, através da coordenação de quatro elementos denominados “P’s de marketing”, são eles: identificação/selecção/desenvolvimento de um produto; preço; canal de distribuição para chegar ao cliente e desenvolvimento/implementação de uma estratégia promocional.

## **P.**

*Pouchoir* - aplicação de cor à mão utilizando *stencil* para posicionar a coloração de forma pretendida nas impressões/publicações.

## **S.**

*Stencil* - técnica utilizada para aplicar um desenho/ilustração que pode ser um número, letra, símbolo ou qualquer outra forma figurativa ou abstrata, através da aplicação de tinta pelo interior de um corte ou perfuração em papel ou acetato.

*Styling* - refere-se à actividade e forma de combinar roupas e acessórios, exibindo-os de modo mais interessante e atraente, para que sejam vendidos.

*Styling* editorial - é uma das disciplinas da área do *styling*, dedicado à promoção em revistas e campanhas publicitárias, através de fotografia em contexto de editorial.

*Stylist* - é o profissional da área da moda dedicada ao *styling*, responsável por escolher os looks ou as roupas, com o objectivo de criar um conceito, comunicar uma ideia ou tema e promover uma marca ou produto.



## ÍNDICE GERAL

|  |           |
|--|-----------|
| Agradecimentos .....   | VII       |
| Resumo / Palavras-chave .....  | IX        |
| Abstract / Keywords .....  | XI        |
| Glossário .....  | XIII      |
| Índice de Figuras .....  | XXI       |
| Índice de Tabelas .....  | XLIII     |
| Índice de Gráficos .....   | XLIII     |
| <br>   |           |
| <b>Capítulo 1 - Enquadramento Conceptual e Metodológico .....</b>    | <b>1</b>  |
| 1.1. Introdução .....  | 3         |
| 1.2. Problematização e Hipótese .....                                | 5         |
| 1.3. Questões de Investigação .....                                  | 5         |
| 1.4. Objetivos Gerais e Específicos .....                            | 6         |
| 1.5. Metodologia e Desenho de investigação .....                     | 7         |
| 1.6. Organização da dissertação .....                                | 9         |
| 1.7. Benefícios da investigação .....                                | 12        |
| 1.8. Fatores críticos de sucesso .....                               | 12        |
| <br>   |           |
| <b>Capítulo 2 - A Imprensa de Moda em Portugal e no Mundo .....</b>  | <b>15</b> |
| 2.1. A Imprensa de Moda .....  | 17        |
| 2.2. A sociedade e os meios de comunicação de moda .....             | 19        |
| 2.2.1. As percurssoras: Gazette du Bon Ton e La Mode Illustrée ..... | 21        |
| 2.2.2. A revista VOGUE e a editora Condé Nast .....                  | 25        |
| 2.3. O Contexto Contemporâneo:                                       |           |
| 2.3.1. O Boom das revistas de moda e as novas tecnologias .....      | 37        |
| 2.3.2. Revistas de moda / Blogs de moda - Que futuro? .....          | 41        |

|  |     |
|--|-----|
| <b>2.4. Contextualização da evolução dos media de moda em Portugal</b>                             | 45  |
| 2.4.1. A revolução de Abril e o seu contributo para o surgimento e afirmação da moda em Portugal   | 45  |
| 2.4.2. O aparecimento das revistas especializadas de moda em Portugal                              | 55  |
| 2.4.3. A plataforma ModaLisboa e o aparecimento da indústria de moda portuguesa                    | 61  |
| <b>Capítulo 3 - Fotografia e Editorial de Moda</b>   | 67  |
| <b>3.1. O surgimento e relevância da fotografia de moda</b>  | 69  |
| <b>3.2. Fotógrafos de moda internacionais - biografia e obra dos mais relevantes protagonistas</b> | 75  |
| 3.2.1. Cecil Beaton (1904-1980 / Hampstead - Broad Chalke)   | 77  |
| 3.2.2. Horst P. Horst (1906-1999 / Weissenfels-An-Der-Salle - Florida)                             | 81  |
| 3.2.3. George Hoyningen-Huene (1900-1968 / São Petersburgo - Califórnia)                           | 85  |
| 3.2.4. Richard Avedon (1923-2004 / Nova Iorque - Texas)  | 87  |
| 3.2.5. David Bailey (1938 / Londres)   | 91  |
| 3.2.6. Helmut Newton (1920-2004 / Berlim - Califórnia)   | 95  |
| 3.2.7. Steven Meisel (1954 / Nova Iorque)  | 99  |
| 3.2.8. Mario Testino (1954 / Peru)   | 103 |
| 3.2.9. Juergen Teller (1964 / Erlangen)  | 107 |
| <b>3.3. Fotógrafos de moda nacionais - biografia e obra</b>  | 111 |
| 3.3.1. Pedro Cláudio (1965-2016 / Torres Vedras - Lisboa)  | 113 |
| 3.3.2. Inês Gonçalves (1964)   | 117 |
| 3.3.3. Pedro Ferreira (1964 / Porto)   | 119 |
| 3.3.4. Mário Príncipe (1974)   | 121 |
| 3.3.5. Carlos Ramos (1962 / Lisboa)  | 123 |
| 3.3.6. Gonçalo Claro   | 125 |
| <b>3.4. Styling - o que é?</b>   | 127 |
| 3.4.1. O percurso e a profissão de <i>stylist</i>  | 131 |
| 3.4.2. A origem do <i>styling</i> - Primeiras editoras e redatoras de moda                         | 133 |
| 3.4.3. Carine Roitfeld (1954 / Paris)  | 141 |



|   |     |
|---|-----|
| 3.4.4. Emmanuelle Alt (1967 / Paris)                          | 145 |
| 3.4.5. Grace Mirabella (1930 / Nova Jersey)                   | 147 |
| 3.4.6. Anna Wintour (1949 / Hampstead)                        | 149 |
| <b>3.5. As áreas de atuação do <i>styling</i></b>             | 153 |
| 3.5.1. <i>Styling</i> editorial                               | 153 |
| 3.5.2. <i>Styling</i> comercial                               | 155 |
| 3.5.3. <i>Still life styling</i>                              | 157 |
| 3.5.4. Personal <i>styling</i>                                | 159 |
| 3.6. Os protagonistas da área de <i>styling</i>               | 161 |
| 3.6.1. Oriente vs Ocidente                                    | 161 |
| 3.6.2. Os <i>stylists</i> internacionais                      | 163 |
| 2.1. Grace Coddington (1941 / País de Gales)                  | 163 |
| 2.2. Karl Templer (Londres)                                   | 167 |
| 2.3. Joe Mckenna (Glasgow)                                    | 169 |
| <b>Capítulo 4 - Os media e o <i>Styling</i> em Portugal</b>   | 173 |
| <b>4.1. Os media especializados: Casos de Estudo</b>          | 175 |
| 4.1.1. Metodologia dos casos de estudo                        | 175 |
| 4.1.2. Conclusões gerais e específicas dos casos de estudo    | 181 |
| <b>4.2. As várias gerações de <i>stylists</i> portugueses</b> | 187 |
| 4.2.1. Paulo Gomes (1963 / Lisboa)                            | 189 |
| 4.2.2. Isabel Branco (1952 / Lisboa)                          | 193 |
| 4.2.3. Susana Marques Pinto (1954 / Lisboa)                   | 195 |
| 4.2.4. Paulo Macedo   | 199 |
| 4.2.5. Helena Assédio Maltez                                  | 205 |
| 4.2.6. Fernando Bastos Pereira                                | 207 |
| 4.2.3. Filipe Carriço (1976 / Lisboa)                         | 211 |
| 4.2.4. Joyce Doret  | 213 |
| 4.2.5. João Pombeiro (1987 / Lisboa)                          | 215 |

|   |     |
|---|-----|
| 4.3. Entrevistas a especialistas                  | 219 |
| <b>Capítulo 5 - Conclusões e Reflexões</b>        | 225 |
| 5.1. Conclusões e reflexões finais da dissertação | 227 |
| 5.1.1. Recomendações para futuras investigações   | 230 |
| 5.2. Disseminação                                 | 231 |
| Referências Bibliográficas                        | 235 |
| Bibliografia                                      | 247 |
| Anexos:   | 259 |
| Anexo 1   | 263 |
| Anexo 2   | 349 |

## ÍNDICE DE FIGURAS

|  |    |
|--|----|
| <b>Fig.1</b> - Diagrama de contextualização teórica dos temas abordados (AUTORA, 2017)   | 13 |
| <b>Fig.2</b> - Ilustração “Robe de petit diner”, La Mode Illustrée, Première Édition, N° 50. Disponível em WWW:<URL: <a href="http://desmodeset.blogspot.pt/2014/12/la-mode-illustree-15-decembre-1907.html">http://desmodeset.blogspot.pt/2014/12/la-mode-illustree-15-decembre-1907.html</a> >. Consultado a [4 Outubro 2017].   | 22 |
| <b>Fig.3</b> - Ilustração “Toilettes de M. Breant-Castel, 28, Rue Nve des Pts. Champs”, La Mode Illustrée, N° 21. Disponível em WWW:<URL: <a href="https://ore.exeter.ac.uk/repository/handle/10472/225">https://ore.exeter.ac.uk/repository/handle/10472/225</a> >. Consultado a [4 Outubro 2017].  | 22 |
| <b>Fig.4</b> - Capa da Gazette du Bon Ton - Arts, Modes & Frivolités de Lucien Vogel, 1914. Disponível em WWW:<URL: <a href="https://library.si.edu/digital-library/book/gazettedubon-ton2">https://library.si.edu/digital-library/book/gazettedubon-ton2</a> >. Consultado a [4 Outubro 2017].  | 23 |
| <b>Fig.5</b> - Ilustração “Des Roses Dans La Nuit”, Gazette du Bon Ton, N° 7, 1921. Disponível em WWW:<URL: <a href="https://ore.exeter.ac.uk/repository/handle/10472/225">https://ore.exeter.ac.uk/repository/handle/10472/225</a> >. Consultado a [4 Outubro 2017].  | 23 |
| <b>Fig.6</b> - Il a Eté Primé – Ilustração de Francisco Javier Gosé,” Gazette du Bon Ton, Volume 1 No. 3, Março 1914 © Museum of Fine Arts Boston. Disponível em WWW:<URL: <a href="http://www.mfa.org/collections/object/il-a-%C3%A9t%C3%A9-prim%C3%A9-robe-du-soir-plate-21-from-gazette-du-bon-ton-volume-1-no-3-444078">http://www.mfa.org/collections/object/il-a-%C3%A9t%C3%A9-prim%C3%A9-robe-du-soir-plate-21-from-gazette-du-bon-ton-volume-1-no-3-444078</a> >. Consultado a [4 Outubro 2017].   | 24 |
| <b>Fig.7</b> - “Nez a Nez - Costumes Tailleur pour la Promenade,” - Ilustração por Bernard Boutet de Monvel Gazette du Bon Ton, Volume 1, No. 5., Março 1913 © Museum of Fine Arts Boston. Disponível em WWW:<URL: <a href="http://www.mfa.org/collections/object/nez-a-nez-costumes-tailleur-pour-la-promenade-plate-x-from-gazette-du-bon-ton-volume-1-no-5-441536">http://www.mfa.org/collections/object/nez-a-nez-costumes-tailleur-pour-la-promenade-plate-x-from-gazette-du-bon-ton-volume-1-no-5-441536</a> >. Consultado a [4 Outubro 2017]. | 24 |
| <b>Fig.8</b> - Capa da 1ª edição da Vogue, “A Debutante”. Dezembro, 1892. Disponível em WWW:<URL: <a href="http://tmagazine.blogs.nytimes.com/2014/08/21/vogue-magazine-list-10-most-groundbreaking-covers-in-the-history-of-vogue/">http://tmagazine.blogs.nytimes.com/2014/08/21/vogue-magazine-list-10-most-groundbreaking-covers-in-the-history-of-vogue/</a> >. Consultado a [4 Outubro 2017].  | 25 |
| <b>Fig.9</b> - Capa da revista Vogue, Novembro de 1902. Disponível em WWW:<URL: <a href="https://www.vogue.com/slideshow/vogue-covers-photos#1">https://www.vogue.com/slideshow/vogue-covers-photos#1</a> >. Consultado a [4 Outubro 2017].  | 25 |
| <b>Fig.10</b> - Capa da revista Vogue, Ilustração de The Kinneys, Junho de 1910 © Condé Nast. Disponível em WWW:<URL: <a href="https://condenaststore.com/featured/vintage-vogue-cover-of-a-woman-gardening-the-kinneys.html">https://condenaststore.com/featured/vintage-vogue-cover-of-a-woman-gardening-the-kinneys.html</a> >. Consultado a [6 Outubro 2017].  | 26 |
| <b>Fig.11</b> - Capa da revista Vogue, Ilustração de Helen Dryden, Novembro de 1920 © Condé Nast. Disponível em WWW:<URL: <a href="https://condenaststore.com/featured/a-vogue-magazine-cover-of-a-woman-helen-dryden.html">https://condenaststore.com/featured/a-vogue-magazine-cover-of-a-woman-helen-dryden.html</a> >. Consultado a [8 Outubro 2017].  | 26 |
| <b>Fig.12</b> - Capa da revista Vogue, Ilustração de Eduardo Garcia Benito, Fevereiro de 1928 © Condé Nast. Disponível em WWW:<URL: <a href="https://condenaststore.com/featured/a-vintage-vogue-magazine-cover-of-a-woman-eduardo-garcia-benito.html">https://condenaststore.com/featured/a-vintage-vogue-magazine-cover-of-a-woman-eduardo-garcia-benito.html</a> >. Consultado a [8 Outubro 2017].  | 26 |

|   |    |
|---|----|
| <b>Fig. 13</b> - Capa da revista Vogue, Ilustração de Pierre Mourgue, Março de 1929 © Condé Nast.   | 26 |
| <b>Fig.14</b> - Condé Montrose Nast, fundador da Condé Nast Publications, comprou a Vogue em 1909. Disponível em WWW:<URL: <a href="http://www.vogue.de/people-kultur/people-news/portraet-conde-montrose-nast">http://www.vogue.de/people-kultur/people-news/portraet-conde-montrose-nast</a> >. Consultado a [4 Outubro 2017].  | 27 |
| <b>Fig.15</b> - A primeira capa fotográfica colorida da Vogue. Julho, 1932. Disponível em WWW:<URL: <a href="http://tmagazine.blogs.nytimes.com/2014/08/21/vogue-magazine-list-10-most-groundbreaking-covers-in-the-history-of-vogue/">http://tmagazine.blogs.nytimes.com/2014/08/21/vogue-magazine-list-10-most-groundbreaking-covers-in-the-history-of-vogue/</a> >. Consultado a [4 Outubro 2017].   | 27 |
| <b>Fig.16</b> - Capa da revista Vogue, Ilustração de Cecil Beaton, Julho de 1935 © Condé Nast. Disponível em WWW:<URL: <a href="https://condenaststore.com/featured/vogue-magazine-cover-featuring-a-woman-cecil-beaton.html">https://condenaststore.com/featured/vogue-magazine-cover-featuring-a-woman-cecil-beaton.html</a> >. Consultado a [4 Outubro 2017].  | 28 |
| <b>Fig.17</b> - Capa da revista Vogue, Ilustração de Christian Berard, Outubro de 1937 © Condé Nast. Disponível em WWW:<URL: <a href="https://condenaststore.com/featured/vogue-magazine-cover-featuring-a-woman-in-a-cloak-christian-berard.html">https://condenaststore.com/featured/vogue-magazine-cover-featuring-a-woman-in-a-cloak-christian-berard.html</a> >. Consultado a [4 Outubro 2017].  | 28 |
| <b>Fig.18</b> - Capa da revista VOGUE, Novembro de 1939, Ilustração de Carl Oscar August Erickson © Condé Nast. Disponível em WWW:<URL: <a href="https://condenaststore.com/featured/vogue-cover-illustration-of-a-woman-peering-carl-oscar-august-erickson.html">https://condenaststore.com/featured/vogue-cover-illustration-of-a-woman-peering-carl-oscar-august-erickson.html</a> >. Consultado a [4 Outubro 2017].                         | 29 |
| <b>Fig.19</b> - Capa da revista VOGUE, Junho de 1940, Fotografia de Horst P. Horst © Condé Nast. Disponível em WWW:<URL: <a href="https://static.highsnobiety.com/wp-content/uploads/2016/01/27162226/Horst-P-Horst-04-1200x688.jpg">https://static.highsnobiety.com/wp-content/uploads/2016/01/27162226/Horst-P-Horst-04-1200x688.jpg</a> >. Consultado a [4 Outubro 2017].  | 30 |
| <b>Fig.20</b> - Capas da revista VOGUE, Abril de 1950, Fotografia de Horst P. Horst © Condé Nast. Disponível em WWW:<URL: <a href="http://www.fashionblog.fr/wp-content/uploads/2015/04/Vintage-Vogue-Covers-17.jpg">http://www.fashionblog.fr/wp-content/uploads/2015/04/Vintage-Vogue-Covers-17.jpg</a> >. Consultado a [4 Outubro 2017].   | 30 |
| <b>Fig.21</b> - Fotografia de Franco Rubartelli com a manequim Verushka von Lehndorff, com direção de Diana Vreeland. Disponível em WWW:<URL: <a href="http://legacy.dianavreeland.com/page/posts/op/read/id/298">http://legacy.dianavreeland.com/page/posts/op/read/id/298</a> >. Consultado a [4 Outubro 2017].   | 31 |
| <b>Fig.22</b> - Capa da revista VOGUE, Abril de 1967, Fotografia de Eleanor Dwight. Com direção de Diana Vreeland. Disponível em WWW:<URL: <a href="http://legacy.dianavreeland.com/page/posts/op/read/id/115">http://legacy.dianavreeland.com/page/posts/op/read/id/115</a> >. Consultado a [4 Outubro 2017].  | 32 |
| <b>Fig.23</b> - Diana Vreeland, Dovima no centro da fotografia e o fotógrafo Richard Avedon, 1955. Disponível em WWW:<URL: <a href="http://legacy.dianavreeland.com/page/posts/op/read/id/105">http://legacy.dianavreeland.com/page/posts/op/read/id/105</a> >. Consultado a [4 Outubro 2017].  | 32 |
| <b>Fig.24</b> - A primeira capa de Anna Wintour apresenta a modelo israelita Michaela Bercu de jeans. Novembro, 1988. Disponível em WWW:<URL: <a href="http://tmagazine.blogs.nytimes.com/2014/08/21/vogue-magazine-list-10-most-groundbreaking-covers-in-the-history-of-vogue/">http://tmagazine.blogs.nytimes.com/2014/08/21/vogue-magazine-list-10-most-groundbreaking-covers-in-the-history-of-vogue/</a> >. Consultado a [4 Outubro 2017]. | 33 |
| <b>Fig.25</b> - Capa da revista VOGUE, Novembro de 1990. Fotografia por Patrick Demarchelier © Condé Nast. Disponível em WWW:<URL: <a href="https://condenaststore.com/featured/vogue-cover-featuring-claudia-schiffer-patrick-demarchelier.html">https://condenaststore.com/featured/vogue-cover-featuring-claudia-schiffer-patrick-demarchelier.html</a> >. Consultado a [4 Outubro 2017].  | 34 |

- Fig.26** - Capa da revista VOGUE, Setembro de 2007. Sienna Miller fotografada por Mario Testino. Disponível em WWW:<URL: <https://fashionatclick.wordpress.com/tag/the-september-issue/>>. Consultado a [4 Outubro 2017]. 34
- Fig.27** - Capa da revista VOGUE, Março de 2009. Fotografia por Annie Leibovitz. Disponível em WWW:<URL: <https://fashionatclick.wordpress.com/tag/the-september-issue/>>. Consultado a [4 Outubro 2017]. 35
- Fig.28** - Capa da revista VOGUE, Março de 2011. Fotografia por Mario Testino. Disponível em WWW:<URL:<https://www.vogue.com/slideshow/vogue-covers-photos#25>>. Consultado a [4 Outubro 2017]. 35
- Fig.29** - Capa da revista Vogue, Fevereiro, 1964, Fotografia de Bert Stern. Disponível em WWW:<URL: <http://www.mydesignweek.eu/vogue120-years-of-fashion/>>. Consultado a [6 Outubro 2017]. 38
- Fig.30** - Capa da revista Vogue, Janeiro, 1976, Fotografia de Arthur Elgort. Disponível em WWW:<URL: <http://www.mydesignweek.eu/vogue120-years-of-fashion/>>. Consultado a [6 Outubro 2017]. 39
- Fig.31** - Capa da revista Harper's Bazaar, por Richard Avedon, 1965. Disponível em WWW:<URL: <https://www.avedonfoundation.org/harpers-bazaar-april-1965/>>. Consultado a [6 Outubro 2017]. 39
- Fig.32** - Benito Mussoli líder do Partido Nacional Fascista, 1922. Disponível em WWW:<URL: <https://sentaquelavemhistoriasite.wordpress.com/2016/08/05/a-primazia-do-fascismo-italiano-e-a-sua-divulgacao-no-brasil/>>. Consultado a [5 Outubro 2017]. 46
- Fig.33** - Adolf Hitler líder do Partido Nacional Socialista Alemão, nazismo. Disponível em WWW:<URL: <http://vitorhugotrovadores.blogspot.pt/2013/06/o-nazismo-fotos-coloridas.html>>. Consultado a [5 Outubro 2017]. 46
- Fig.34** - Oliveira Salazar líder do regime ditatorial anticomunista, fascismo salazarista. Disponível em WWW:<URL: <http://www.historiadeportugal.info/portugal-e-a-ditadura-salazarista/>>. Consultado a [5 Outubro 2017]. 47
- Fig.35** - Mocidade Portuguesa. Disponível em WWW:<URL: <http://historiauniversal.forumeiros.com/t1008-o-fascismo-em-portugal>>. Consultado a [5 Outubro 2017]. 47
- Fig.36** - Revolução dos Cravos (25 de Abril de 1974) levada a cabo pelo Movimento das Forças Armadas. Disponível em WWW:<URL: <http://liberiosleisures.blogspot.pt/2014/04/25-de-abril-de-1974-revolucao-dos.html>>. Consultado a [5 Outubro 2017]. 48
- Fig.37** - Jornal A República com a notícia “As Forças Armadas tomaram o poder”, 1974. Disponível em WWW:<URL: <http://anamargaridapalmeiraebomeeugosto.blogs.sapo.pt/revolucao-de-25-de-abril-de-1974-dia-7323>>. Consultado a [5 Outubro 2017]. 48
- Fig.38** - Milhares de pessoas no Largo do Carmo a favor da revolução. Disponível em WWW:<URL:<http://anamargaridapalmeiraebomeeugosto.blogs.sapo.pt/revolucao-de-25-de-abril-de-1974-dia-7323>>. Consultado a [5 Outubro 2017]. 49
- Fig.39** - Loja A Maçã de Ana Salazar, 1972. (Fotografia tirada ao ecrã). Disponível em WWW:<URL:<http://observador.pt/especiais/ana-salazar-acho-que-a-roupa-e-uma-coisa-para-brincar/>>. Consultado a [5 Outubro 2017]. 52

|   |    |
|---|----|
| <b>Fig.40</b> - Concurso de moda Manobras de Maio, 1987 & 1995. Disponível em WWW:<URL: <a href="http://joaotuna.com/MANOBRAS-DE-MAIO-1987-1995">http://joaotuna.com/MANOBRAS-DE-MAIO-1987-1995</a> >. Consultado a [7 Outubro 2017].       | 54 |
| <b>Fig.41</b> - Passerelle do concurso Manobras de Maio, 1987 & 1995. Disponível em WWW:<URL: <a href="http://joaotuna.com/MANOBRAS-DE-MAIO-1987-1995">http://joaotuna.com/MANOBRAS-DE-MAIO-1987-1995</a> >. Consultado a [7 Outubro 2017]. | 54 |
| <b>Fig.42</b> - Capa da revista Modas e Bordados. Nº 3126 Janeiro, 1972. Fotografia pela autora recolhida na Hemeroteca Municipal de Lisboa. Consultado a [24 Março 2017].  | 55 |
| <b>Fig.43</b> - Capa da revista Modas e Bordados. Nº 3240. Março, 1974. Fotografia pela autora recolhida na Hemeroteca Municipal de Lisboa. Consultado a [24 Março 2017].   | 55 |
| <b>Fig.44</b> - Capa da revista Máxima. Outubro, 1988. Fotografia recolhida pela autora na Hemeroteca Municipal de Lisboa. Consultado a [31 Março 2017].  | 57 |
| <b>Fig.45</b> - Capa da revista Máxima. Dezembro, 1988. Fotografia recolhida pela autora na Hemeroteca Municipal de Lisboa. Consultado a [31 Março 2017].   | 57 |
| <b>Fig.46</b> - Capa da revista Marie Claire. Nº 2. Dezembro, 1988. Fotografia recolhida pela autora na Hemeroteca Municipal de Lisboa. Consultado a [4 Abril 2017].  | 57 |
| <b>Fig.47</b> - Capa da revista Marie Claire. Nº 3. Janeiro, 1989. Fotografia recolhida pela autora na Hemeroteca Municipal de Lisboa. Consultado a [4 Abril 2017].   | 57 |
| <b>Fig.48</b> - Capa da revista Elle Portugal, Nº 1. Outubro, 1988. Fotografia recolhida pela autora na Hemeroteca Municipal de Lisboa. Consultado a [7 Julho 2017].  | 58 |
| <b>Fig.49</b> - Capa da revista Elle Portugal. Nº 6. Março, 1989. Fotografia recolhida pela autora na Hemeroteca Municipal de Lisboa. Consultado a [7 Julho 2017].  | 58 |
| <b>Fig.50</b> - Capa da revista Elle Portugal. Nº 11. Agosto, 1989. Fotografia recolhida pela autora na Hemeroteca Municipal de Lisboa. Consultado a [13 Julho 2017].   | 59 |
| <b>Fig.51</b> - Capa da revista Marie Claire. Nº4. Fevereiro, 1989. Fotografia recolhida pela autora na Hemeroteca Municipal de Lisboa. Consultado a [4 Abril 2017].  | 60 |
| <b>Fig.52</b> - Capa da revista Marie Claire. Nº 6. Abril, 1989. Fotografia recolhida pela autora na Hemeroteca Municipal de Lisboa. Consultado a [4 Abril 2017].   | 60 |
| <b>Fig.53</b> - Capa da revista BLITZ - Bowie. Ano I - Nº 2. Novembro, 1984. Fotografia recolhida pela autora na Hemeroteca Municipal de Lisboa. Consultado a [24 Maio 2017].   | 60 |
| <b>Fig.54</b> - Capa da revista BLITZ - A Moda, Cá. Ano I - Nº 5. Dezembro, 1984. Fotografia recolhida pela autora na Hemeroteca Municipal de Lisboa. Consultado a [24 Maio 2017].  | 60 |
| <b>Fig.55</b> - Manuel Alves, ModaLisboa 99/00. Fotografia de António Moutinho   Cortesia ModaLisboa. Disponível em 15 Histórias de Hábitos Criadores de Moda em Portugal, Cristina L.Duarte, 2003, p.49. Consultado a [20 Janeiro 2017].   | 62 |
| <b>Fig.56</b> - Luís Buchinho, ModaLisboa 91/92. Fotografia de António Moutinho   Cortesia ModaLisboa. Disponível em 15 Histórias de Hábitos Criadores de Moda em Portugal, Cristina L.Duarte, 2003, p.123. Consultado a [20 Janeiro 2017]. | 63 |

|  |    |
|--|----|
| <b>Fig.57</b> - Maria Gambina, ModaLisboa 94. Fotografia de Paula Oudman. Disponível em 15 Histórias de Hábitos Criadores de Moda em Portugal, Cristina L.Duarte, 2003, p.134. Consultado a [20 Janeiro 2017].   | 63 |
| <b>Fig.58</b> - Capa da revista Vogue, 1950. Fotografia de Erwin Blumenfeld. © Condé Nast Archive. Disponível em WWW:<URL: <a href="http://fashion.telegraph.co.uk/columns/tamsin-blanchard/TMG10062375/">http://fashion.telegraph.co.uk/columns/tamsin-blanchard/TMG10062375/</a> >. Consultado a [15 Outubro 2017].  | 70 |
| <b>Fig.59</b> - Fotografia por Norman Parkinson para Vogue Britânica, 1960. Disponível em WWW:<URL: <a href="http://www.dailymail.co.uk/femail/article-3208768/">http://www.dailymail.co.uk/femail/article-3208768/</a> >. Consultado a [15 Outubro 2017].   | 70 |
| <b>Fig.60</b> - Fotografia por Louise Dahl-Wolfe, 1963. Disponível em WWW:<URL: <a href="http://highlowvintage.com/2014/08/31/photographer-louise-dahl-wolfe-1963-high-low-vintage/">http://highlowvintage.com/2014/08/31/photographer-louise-dahl-wolfe-1963-high-low-vintage/</a> >. Consultado a [15 Outubro 2017]. | 71 |
| <b>Fig.61</b> - Anna May Wong para Vanity Fair, 1930. Fotografia por Edward Steichen. Disponível em WWW:<URL: <a href="https://www.theguardian.com/artanddesign/gallery/2014/oct/29/">https://www.theguardian.com/artanddesign/gallery/2014/oct/29/</a> >. Consultado a [15 Outubro 2017].                             | 71 |
| <b>Fig.62</b> - Twiggy para a revista Vogue Paris, Maio, 1967. Disponível em WWW:<URL: <a href="https://www.fashiongonerogue.com/supermodel-history-timeline/">https://www.fashiongonerogue.com/supermodel-history-timeline/</a> >. Consultado a [9 Outubro 2017].   | 72 |
| <b>Fig.63</b> - Jean Shrimpton para a revista Vogue, Junho, 1965. Disponível em WWW:<URL: <a href="http://beautybanter.com/inspirationjeanshrimpton">http://beautybanter.com/inspirationjeanshrimpton</a> >. Consultado a [9 Outubro 2017].  | 72 |
| <b>Fig.64</b> - Lisa Taylor fotografada por Helmut Newton. Vogue, 1975. Disponível em WWW:<URL: <a href="https://www.pinterest.co.uk/augustawaggoner/lisa-taylor/">https://www.pinterest.co.uk/augustawaggoner/lisa-taylor/</a> >. Consultado a [4 Outubro 2017].  | 73 |
| <b>Fig.65</b> - Fotografia de Helmut Newton à modelo Lisa Taylor, Vogue 1975. Disponível em WWW:<URL: <a href="https://www.pinterest.pt/pin/186969822004854226/?lp=true">https://www.pinterest.pt/pin/186969822004854226/?lp=true</a> >. Consultado a [4 Outubro 2017].  | 73 |
| <b>Fig.66</b> - Fotógrafo Cecil Beaton, 1904-1980. Disponível em WWW:<URL: <a href="http://www.greatthoughtstreasury.com/author/cecil-beaton-fully-sir-cecil-walter-hardy-beaton">http://www.greatthoughtstreasury.com/author/cecil-beaton-fully-sir-cecil-walter-hardy-beaton</a> >. Consultado a [4 Outubro 2017].   | 77 |
| <b>Fig.67</b> - Audrey Hepburn fotografada por Cecil Beaton, 1954. © Pleasure Photo Room. Disponível em WWW:<URL: <a href="https://pleasurephotoroom.wordpress.com/category/cecil-beaton/">https://pleasurephotoroom.wordpress.com/category/cecil-beaton/</a> >. Consultado a [15 Outubro 2017].                       | 78 |
| <b>Fig.68</b> - Vivien Leigh fotografada por Cecil Beaton. Vogue, 1941. © Pleasure Photo Room. Disponível em WWW:<URL: <a href="https://pleasurephotoroom.wordpress.com/category/cecil-beaton/">https://pleasurephotoroom.wordpress.com/category/cecil-beaton/</a> >. Consultado a [15 Outubro 2017].                  | 78 |
| <b>Fig.69</b> - Charles James fotografada por Cecil Beaton. Vogue, 1948. © Pleasure Photo Room. Disponível em WWW:<URL: <a href="https://pleasurephotoroom.wordpress.com/category/cecil-beaton/page/2/">https://pleasurephotoroom.wordpress.com/category/cecil-beaton/page/2/</a> >. Consultado a [15 Outubro 2017].   | 79 |
| <b>Fig.70</b> - Marylin Monroe fotografada por Cecil Beaton, 1956. © Pleasure Photo Room. Disponível em WWW:<URL: <a href="https://pleasurephotoroom.wordpress.com/category/cecil-beaton/page/3/">https://pleasurephotoroom.wordpress.com/category/cecil-beaton/page/3/</a> >. Consultado a [15 Outubro 2017].         | 79 |



|  |    |
|--|----|
| <b>Fig.71</b> - Mrs Reginald Fellowes (Daisy) fotografada por Cecil Beaton, British Vogue, Setembro, 1931. Fotografia cortesia pela Vogue. © Pleasure Photo Room. Disponível em WWW:<URL: <a href="https://pleasurephotoroom.wordpress.com/category/cecil-beaton/page/6/">https://pleasurephotoroom.wordpress.com/category/cecil-beaton/page/6/</a> >. Consultado a [15 Outubro 2017]. | 79 |
| <b>Fig.72</b> - Audrey Hepburn fotografada por Cecil Beaton para um editorial de moda. Vogue Americana, Junho, 1964. © Pleasure Photo Room. Disponível em WWW:<URL: <a href="https://pleasurephotoroom.wordpress.com/category/cecil-beaton/page/8/">https://pleasurephotoroom.wordpress.com/category/cecil-beaton/page/8/</a> >. Consultado a [15 Outubro 2017].                       | 80 |
| <b>Fig.73</b> - Vogue, Dezembro 1937. Fotografia por Cecil Beaton. © Pleasure Photo Room. Disponível em WWW:<URL: <a href="https://pleasurephotoroom.wordpress.com/category/cecil-beaton/page/9/">https://pleasurephotoroom.wordpress.com/category/cecil-beaton/page/9/</a> >. Consultado a [15 Outubro 2017].   | 80 |
| <b>Fig.74</b> - Fotógrafo Horst P. Horst, 1906-1999. Disponível em WWW:<URL: <a href="https://www.highsnobiety.com/2016/01/27/horst-p-horst-biography/">https://www.highsnobiety.com/2016/01/27/horst-p-horst-biography/</a> >. Consultado a [4 Outubro 2017].   | 81 |
| <b>Fig.75</b> - Veruschka fotografada por Horst P.Horst, Hawaii, 1965. © Pleasure Photo Room. Disponível em WWW:<URL: <a href="https://pleasurephotoroom.wordpress.com/tag/horst-p-horst/page/9/">https://pleasurephotoroom.wordpress.com/tag/horst-p-horst/page/9/</a> >. Consultado a [15 Outubro 2017].   | 82 |
| <b>Fig.76</b> - Joan Crawford fotografada por Horst P. Horst, 1938. Disponível em WWW:<URL: <a href="http://www.ezeechic.com/2013/10/ezee-art-horst-p-horst-photography.html">http://www.ezeechic.com/2013/10/ezee-art-horst-p-horst-photography.html</a> >. Consultado a [15 Outubro 2017].   | 82 |
| <b>Fig.77</b> - “Calvin Klein Fashion NYC”, 1983. Fotografia por Horst P. Horst. © Pleasure Photo Room. Disponível em WWW:<URL: <a href="https://pleasurephotoroom.wordpress.com/category/horst-p-horst/page/2/">https://pleasurephotoroom.wordpress.com/category/horst-p-horst/page/2/</a> >. Consultado a [15 Outubro 2017].   | 82 |
| <b>Fig.78</b> - Marlene Dietrich fotografada por Horst.Vogue Americana, Dezembro, 1947. © Pleasure Photo Room. Disponível em WWW:<URL: <a href="https://pleasurephotoroom.wordpress.com/category/horst-p-horst/page/9/">https://pleasurephotoroom.wordpress.com/category/horst-p-horst/page/9/</a> >. Consultado a [15 Outubro 2017].  | 82 |
| <b>Fig.79</b> - “Lisa with Harp”, fotografia de Horst P. Horst. Paris, 1939. © Pleasure Photo Room. Disponível em WWW:<URL: <a href="https://pleasurephoto.wordpress.com/2012/10/19/classic-horst-p-horst-lisa-with-harp-paris-1939/">https://pleasurephoto.wordpress.com/2012/10/19/classic-horst-p-horst-lisa-with-harp-paris-1939/</a> >. Consultado a [15 Outubro 2017].           | 83 |
| <b>Fig.80</b> - Yasmin Le Bon fotografada por Horst P. Horst. Vogue UK, Novembro, 1986. © Pleasure Photo Room. Disponível em WWW:<URL: <a href="https://pleasurephotoroom.wordpress.com/category/horst-p-horst/page/6/">https://pleasurephotoroom.wordpress.com/category/horst-p-horst/page/6/</a> >. Consultado a [15 Outubro 2017].  | 83 |
| <b>Fig.81</b> - Fotografia por Horst P.Horst – Tall Fashion, 1963. © Pleasure Photo Room. Disponível em WWW:<URL: <a href="https://pleasurephotoroom.wordpress.com/category/horst-p-horst/page/11/">https://pleasurephotoroom.wordpress.com/category/horst-p-horst/page/11/</a> >. Consultado a [15 Outubro 2017].   | 84 |
| <b>Fig.82</b> - Fotógrafo George Hoyningen-Huene, 1900-1968. Disponível em WWW:<URL: <a href="https://www.pinterest.pt/gregsaunderspho/george-hoyningen-huene/?lp=true">https://www.pinterest.pt/gregsaunderspho/george-hoyningen-huene/?lp=true</a> >. Consultado a [4 Outubro 2017].   | 85 |
| <b>Fig.83</b> - Toto Koopman fotografada por George Hoyningen-Huene. Vogue, Setembro, 1933.© Pleasure Photo Room. Disponível em WWW:<URL: <a href="https://pleasurephotoroom.wordpress.com/category/george-hoyningen-huene/page/3/">https://pleasurephotoroom.wordpress.com/category/george-hoyningen-huene/page/3/</a> >. Consultado a [15 Outubro 2017].                             | 86 |



- Fig. 84** - “Madame Magneta Fischer at the Opera”, 1931. Fotografia por George Hoyningen-Huene. Disponível em WWW:<URL: <https://pleasurephotoroom.wordpress.com/category/george-hoyningen-huene/page/3/>>. Consultado a [15 Outubro 2017]. 86
- Fig.85** - Atriz Loretta Young, fotografada por George Hoyningen-Huene, 1934.© Pleasure Photo Room. Disponível em WWW:<URL: <https://pleasurephotoroom.wordpress.com/category/george-hoyningen-huene/page/3/>>. Consultado a [15 Outubro 2017]. 86
- Fig.86** - “Models in jersey swimwear, 1929” fotografia por George Hoyningen-Huene. © Pleasure Photo Room. Disponível em WWW:<URL: <https://pleasurephotoroom.wordpress.com/category/george-hoyningen-huene/page/5/>>. Consultado a [15 Outubro 2017]. 86
- Fig.87** - Fotógrafo Richard Avedon, 1923-2004. Disponível em WWW:<URL:<https://maryckhayes.wordpress.com/2012/08/31/simply-stunning-richard-avedons-portraits/>>. Consultado a [4 Outubro 2017]. 87
- Fig.88** - Twiggy fotografada por Richard Avedon. Vogue US, Julho, 1967. Disponível em WWW:<URL: <https://thecitizensoffashion.com/2013/05/15/twiggy-by-richard-avedon-for-vogue-us-july-1967/>>. Consultado a [15 Outubro 2017]. 88
- Fig.89** - Veruschka fotografada por Richard Avedon. Nova Iorque, Janeiro, 1967. Disponível em WWW:<URL:<http://weandthecolor.com/fashion-photography-by-richard-avedon/7811>>. Consultado a [15 Outubro 2017]. 89
- Fig.90** - Veruschka fotografada por Richard Avedon. Japão. Vogue, Outubro, 1966. © Pleasure Photo Room. Disponível em WWW:<URL: <https://pleasurephotoroom.wordpress.com/category/richard-avedon/page/7/>>. Consultado a [15 Outubro 2017]. 89
- Fig.91** - “Carmen Dell’Orefice in Lanvin-Castillo”, Paris.Fotografada por Richard Avedon. Harper’s Bazaar, Outubro, 1957. © Pleasure Photo Room. Disponível em WWW:<URL:<https://pleasurephotoroom.wordpress.com/category/richard-avedon/>>. Consultado a [15 Outubro 2017]. 89
- Fig.92** - “Malgosia Bela and Gisele Bundchen dress by Dior Couture”, Nova Iorque, Março, 2000. Fotografia por Richard Avedon. © Pleasure Photo Room. Disponível em WWW:<URL: <https://pleasurephotoroom.wordpress.com/category/richard-avedon/page/5/>>. Consultado a [15 Outubro 2017]. 89
- Fig.93** - “Dovima with elephants, evening dress by Dior, Cirque d’Hiver”. Agosto, 1955. © Richard Avedon. Disponível em WWW:<URL:<https://theculturetrip.com/north-america/usa/articles/10-iconic-fashion-photographers/>>. Consultado a [15 Outubro 2017]. 90
- Fig.94** - Fotógrafo David Bailey, 1938. Disponível em WWW:<URL:<https://alchetron.com/David-Bailey-151694-W>>. Consultado a [4 Outubro 2017]. 91
- Fig.95** - Jean Shrimpton fotografada por David Bailey. Vogue, Novembro, 1963. © Pleasure Photo Room. Disponível em WWW:<URL:<https://pleasurephotoroom.wordpress.com/category/david-bailey/>>. Consultado a [15 Outubro 2017]. 92
- Fig.96** - Kate Moss fotografada por David Bailey, 2013. © Pleasure Photo Room. Disponível em WWW:<URL:<https://pleasurephotoroom.wordpress.com/category/david-bailey/page/3/>>. Consultado a [15 Outubro 2017]. 92

|  |     |
|--|-----|
| <b>Fig.97</b> - “Dior Haute Couture Archive Vogue UK - Jean Shrimpton models Marc Bohan’s pared-down tweed suit, 1965”. Fotografia por David Bailey. © Pleasure Photo Room. Disponível em WWW:<URL: <a href="https://pleasurephotoroom.wordpress.com/category/david-bailey/page/7/">https://pleasurephotoroom.wordpress.com/category/david-bailey/page/7/</a> >. Consultado a [15 Outubro 2017]. | 93  |
| <b>Fig. 98</b> - Catherine Deneuve fotografada por David Bailey. Janeiro, 1968 para a revista Vogue (mas nunca usada). © Pleasure Photo Room.  | 94  |
| <b>Fig.99</b> - Jean Shrimpton fotografada por David Bailey, 1964. © Pleasure Photo Room. Disponível em WWW:<URL: <a href="https://pleasurephotoroom.wordpress.com/category/david-bailey/page/6/">https://pleasurephotoroom.wordpress.com/category/david-bailey/page/6/</a> >. Consultado a [15 Outubro 2017].   | 94  |
| <b>Fig.100</b> - “Actor Dudley Moore and Jean Shrimpton” por David Bailey. Vogue, Junho, 1965. © Pleasure Photo Room. Disponível em WWW:<URL: <a href="https://pleasurephotoroom.wordpress.com/category/david-bailey/page/5/">https://pleasurephotoroom.wordpress.com/category/david-bailey/page/5/</a> >. Consultado a [15 Outubro 2017].   | 94  |
| <b>Fig.101</b> - “Dior Haute Couture Archive Vogue UK - Jane Birkin drifts in layers of white cotton organdie”. Fotografia por David Bailey. © Pleasure Photo Room. Disponível em WWW:<URL: <a href="https://pleasurephotoroom.wordpress.com/category/david-bailey/page/7/">https://pleasurephotoroom.wordpress.com/category/david-bailey/page/7/</a> >. Consultado a [15 Outubro 2017].         | 94  |
| <b>Fig.102</b> - Fotógrafo Helmut Newton, 1920-2004. Disponível em WWW:<URL: <a href="https://medium.com/cuepoint/the-private-photo-shoot-that-sparked-a-war-inside-van-halen-ac6fa2cda7b">https://medium.com/cuepoint/the-private-photo-shoot-that-sparked-a-war-inside-van-halen-ac6fa2cda7b</a> >. Consultado a [4 Outubro 2017].   | 95  |
| <b>Fig.103</b> - “Rue Aubriot, French Vogue - dalla serie White Women. Paris 1975, YSL.© Pleasure Photo Room. Disponível em WWW:<URL: <a href="https://pleasurephotoroom.wordpress.com/category/helmut-newton/page/8/">https://pleasurephotoroom.wordpress.com/category/helmut-newton/page/8/</a> >. Consultado a [15 Outubro 2017].   | 96  |
| <b>Fig.104</b> - Jean Shrimpton fotografada por David Bailey, 1964. Disponível em WWW:<URL: <a href="http://www.dailymail.co.uk/femail/article-3333555/Helmut-Newton-s-incredible-snaps-featuring-Jerry-Hall-display.html">http://www.dailymail.co.uk/femail/article-3333555/Helmut-Newton-s-incredible-snaps-featuring-Jerry-Hall-display.html</a> >. Consultado a [15 Outubro 2017].           | 96  |
| <b>Fig.105</b> - “Supermodel, Willy van Rooy”, Fotografia por Helmut Newton. British Vogue, Londres, 1967. © Pleasure Photo Room. Disponível em WWW:<URL: <a href="https://pleasurephotoroom.wordpress.com/category/helmut-newton/page/10/">https://pleasurephotoroom.wordpress.com/category/helmut-newton/page/10/</a> >. Consultado a [15 Outubro 2017].                                       | 96  |
| <b>Fig.106</b> - Fotografia de Helmut Newton, Vogue Francesa, 1969. @MailOnline. Disponível em WWW:<URL: <a href="http://www.dailymail.co.uk/news/article-2265352/">http://www.dailymail.co.uk/news/article-2265352/</a> >. Consultado a [15 Outubro 2017].  | 96  |
| <b>Fig.107</b> - “Portrait of Margot McKendry” fotografada por Helmut Newton, 1954. © Pleasure Photo Room. Disponível em WWW:<URL: <a href="https://pleasurephotoroom.wordpress.com/category/helmut-newton/page/9/">https://pleasurephotoroom.wordpress.com/category/helmut-newton/page/9/</a> >. Consultado a [15 Outubro 2017].  | 97  |
| <b>Fig.108</b> - “St. Jean Cap Ferrat, 1978”. Fotografia por Helmut Newton. © Pleasure Photo Room. Disponível em WWW:<URL: <a href="https://pleasurephotoroom.wordpress.com/category/david-bailey/page/6/">https://pleasurephotoroom.wordpress.com/category/david-bailey/page/6/</a> >. Consultado a [15 Outubro 2017].  | 98  |
| <b>Fig.109</b> - Fotógrafo Steven Meisel, 1954. Disponível em WWW:<URL: <a href="https://www.pinterest.pt/pin/450078556486054795/?lp=true">https://www.pinterest.pt/pin/450078556486054795/?lp=true</a> >. Consultado a [11 Outubro 2017].   | 99  |
| <b>Fig.110</b> - “Editorial: Wild Is the Wild” com fotografia por Steven Meisel. Vogue Italia, Junho 2010. Disponível em WWW:<URL: <a href="https://www.designscene.net/2010/06/wild-is-wind-by-steven-meisel.html">https://www.designscene.net/2010/06/wild-is-wind-by-steven-meisel.html</a> >. Consultado a [15 Outubro 2017].  | 100 |

|  |     |
|--|-----|
| <b>Fig.111</b> - Elise Crombez “Organized Robot” com fotografia de Steven Meisel. Vogue Italia, Março 2006. © Pleasure Photo Room. Disponível em WWW:<URL: <a href="https://pleasurephotoroom.wordpress.com/category/steven-meisel/">https://pleasurephotoroom.wordpress.com/category/steven-meisel/</a> >. Consultado a [15 Outubro 2017].  | 101 |
| <b>Fig.112</b> - Gigi Hadid fotografada por Steven Meisel. Vogue Italia, Novembro 2015. Disponível em WWW:<URL: <a href="http://visualoptimism.blogspot.pt/2015/11/gigi-hadid-by-steven-meisel-for-vogue.html">http://visualoptimism.blogspot.pt/2015/11/gigi-hadid-by-steven-meisel-for-vogue.html</a> >. Consultado a [15 Outubro 2017].   | 101 |
| <b>Fig.113</b> - Lily Donaldson, Gemma Ward & Caroline Trentini fotografadas por Steven Meisel. Vogue US, Dezembro, 2005. Disponível em WWW:<URL: <a href="https://multiplefashiondisorder.wordpress.com/2010/10/24/glamorama/">https://multiplefashiondisorder.wordpress.com/2010/10/24/glamorama/</a> >. Consultado a [15 Outubro 2017].   | 101 |
| <b>Fig.114</b> - Linda Evangelista com fotografia por Steven Meisel. 2015. © Pleasure Photo Room. Disponível em WWW:<URL: <a href="https://pleasurephotoroom.wordpress.com/category/steven-meisel/page/2/">https://pleasurephotoroom.wordpress.com/category/steven-meisel/page/2/</a> >. Consultado a [15 Outubro 2017].   | 101 |
| <b>Fig.115</b> - “The Collections” fotografia por Steven Meisel. Vogue Italia, Janeiro 2014. Disponível em WWW:<URL: <a href="https://thefwordskl.wordpress.com/tag/steven-meisel/">https://thefwordskl.wordpress.com/tag/steven-meisel/</a> >. Consultado a [15 Outubro 2017].  | 102 |
| <b>Fig.116</b> - “Comme des Garçons F/W 2012 RTW”, fotografia por Steven Meisel. Vogue Italia, Julho 2012. Disponível em WWW:<URL: <a href="http://anthonylukephotography.blogspot.pt/2012/07/vogue-italia-july-2012-collections-main.html">http://anthonylukephotography.blogspot.pt/2012/07/vogue-italia-july-2012-collections-main.html</a> >. Consultado a [15 Outubro 2017].                    | 102 |
| <b>Fig.117</b> - Fotógrafo Mario Testino, 1954. Disponível em WWW:<URL: <a href="http://miramira.tv/podcast-speakers/mario-testino">http://miramira.tv/podcast-speakers/mario-testino</a> >. Consultado a [11 Outubro 2017].   | 103 |
| <b>Fig.118</b> - Naomi Campbell fotografada por Mario Testino. Vogue, 2009. © Pleasure Photo Room. Disponível em WWW:<URL: <a href="https://pleasurephotoroom.wordpress.com/category/mario-testino/">https://pleasurephotoroom.wordpress.com/category/mario-testino/</a> >. Consultado a [15 Outubro 2017].  | 104 |
| <b>Fig.119</b> - Kate Moss fotografada por Mario Testino. Harper's Bazaar, 1996. Disponível em WWW:<URL: <a href="http://www.mariotestino.com/biography/">http://www.mariotestino.com/biography/</a> >. Consultado a [15 Outubro 2017].  | 104 |
| <b>Fig.120</b> - Sienna Miller fotografada por Mario Testino. Vogue, Janeiro, 2006. © Pleasure Photo Room. Disponível em WWW:<URL: <a href="https://pleasurephotoroom.wordpress.com/category/mario-testino/">https://pleasurephotoroom.wordpress.com/category/mario-testino/</a> >. Consultado a [15 Outubro 2017].  | 104 |
| <b>Fig.121</b> - Princesa Diana fotografada por Mario Testino. Vanity Fair, Londres, 1997. Disponível em WWW:<URL: <a href="http://www.mariotestino.com/exhibitions/mario-testino/diana-princess-of-wales/">http://www.mariotestino.com/exhibitions/mario-testino/diana-princess-of-wales/</a> >. Consultado a [15 Outubro 2017].  | 104 |
| <b>Fig.122</b> - Lindsey Wixson fotografada Mario Testino.Vogue Japão, Novembro, 2014. Disponível em WWW:<URL: <a href="http://thefashionography.com/lindsey-wixson-mario-testino-vogue-japan-november-2014/">http://thefashionography.com/lindsey-wixson-mario-testino-vogue-japan-november-2014/</a> >. Consultado a [15 Outubro 2017].  | 104 |
| <b>Fig.123</b> - Lady Gaga fotografada por Mario Testino. V Magazine, Nova Iorque, 2009. Disponível em WWW:<URL: <a href="http://www.mariotestino.com/biography/">http://www.mariotestino.com/biography/</a> >. Consultado a [15 Outubro 2017].  | 105 |
| <b>Fig.124</b> - Stella Lucia em “Feisty” fotografada por Mario Testino. Vogue Italia, Fevereiro, 2016. Disponível em WWW:<URL: <a href="http://fashioncow.com/2016/02/stella-lucia-feisty-by-mario-testino-for-vogue-italia-february-2016-154254/">http://fashioncow.com/2016/02/stella-lucia-feisty-by-mario-testino-for-vogue-italia-february-2016-154254/</a> >. Consultado a [15 Outubro 2017]. | 106 |

|   |     |
|---|-----|
| <b>Fig.125</b> - Fotógrafo Juergen Teller, 1964. Disponível em WWW:<URL: <a href="http://www.vogue.co.uk/article/juergen-teller">http://www.vogue.co.uk/article/juergen-teller</a> >. Consultado a [11 Outubro 2017].   | 106 |
| <b>Fig.126</b> - Daria Werbowy e Stella Tennant para a camapnha da marca Céline S/S 2011. Fotografia por Juergen Teller. Disponível em WWW:<URL: <a href="https://www.fashiongonerogue.com/celine-spring-2011-campaign-daria-werbowy-stella-tennant-juergen-teller/">https://www.fashiongonerogue.com/celine-spring-2011-campaign-daria-werbowy-stella-tennant-juergen-teller/</a> >. Consultado a [15 Outubro 2017]. | 107 |
| <b>Fig.127</b> - Kate Moss fotografada por Juergen Teller. Vogue, Maio, 2003. Disponível em WWW:<URL: <a href="http://www.neilmoodie.com/editorial-archive-vogue-gb-with-kate-moss-by-juergen-teller-may-2003/">http://www.neilmoodie.com/editorial-archive-vogue-gb-with-kate-moss-by-juergen-teller-may-2003/</a> >. Consultado a [15 Outubro 2017].  | 108 |
| <b>Fig.128</b> - Vivienne Westwood fotografada por Juergen Teller. Revista I-D. Disponível em WWW:<URL: <a href="http://www.elevated-magazine.com/juergen-teller/">http://www.elevated-magazine.com/juergen-teller/</a> >. Consultado a [15 Outubro 2017].  | 109 |
| <b>Fig.129</b> - Louis Vuitton campanha SS16, fotografada por Juergen Teller. Disponível em WWW:<URL: <a href="http://us.louisvuitton.com/eng-us/articles/series-4-the-spring-summer-2016-campaign">http://us.louisvuitton.com/eng-us/articles/series-4-the-spring-summer-2016-campaign</a> >. Consultado a [15 Outubro 2017].  | 109 |
| <b>Fig.130</b> - “Marc by Marc Jacobs S/S 2011” Fotografia por Juergen Teller. Disponível em WWW:<URL: <a href="http://www.intrepidlondon.com/content/poppy-kain/marc-marc-jacobs-ss11">http://www.intrepidlondon.com/content/poppy-kain/marc-marc-jacobs-ss11</a> >. Consultado a [15 Outubro 2017].   | 109 |
| <b>Fig.131</b> - “Marc by Marc Jacobs - S/S 2014” Fotografia por Juergen Teller. Disponível em WWW:<URL: <a href="https://www.fashiongonerogue.com/see-marc-marc-jacobs-spring-2014-ads-juergen-teller/">https://www.fashiongonerogue.com/see-marc-marc-jacobs-spring-2014-ads-juergen-teller/</a> >. Consultado a [15 Outubro 2017].   | 110 |
| <b>Fig.132</b> - Fotógrafo Pedro Cláudio, 1926-2016. Disponível em WWW:<URL: <a href="https://www.publico.pt/2016/04/21/culturaipsilon/noticia/morreu-pedro-claudio-um-fotografo-livre-e-transversal-1729724">https://www.publico.pt/2016/04/21/culturaipsilon/noticia/morreu-pedro-claudio-um-fotografo-livre-e-transversal-1729724</a> >. Consultado a [4 Outubro 2017].  | 113 |
| <b>Fig.133</b> - Fotografia da Rúbrica “Vestir - O Outono do nosso contentamento” fotografado por Pedro Cláudio. O Independente, Setembro, 1988. Fotografia recolhida pela autora na Hemeroteca Municipal de Lisboa. Consultado a [24 Março 2017].  | 114 |
| <b>Fig.134</b> - Fotografia da Rúbrica “Vestir” fotografado por Pedro Cláudio. O Independente, Setembro, 1988. Fotografia recolhida pela autora na Hemeroteca Municipal de Lisboa. Consultado a [24 Março 2017].  | 114 |
| <b>Fig.135</b> - Fotografia da Rúbrica “Vestir - O Mar e a Cidade” fotografado por Pedro Cláudio. O Independente, Abril, 1990. Fotografia recolhida pela autora na Hemeroteca Municipal de Lisboa. Consultado a [24 Março 2017].  | 115 |
| <b>Fig.136</b> - Fotografia do editorial “Moda K - L.A. Diva” fotografado por Pedro Cláudio. KAPA, Julho, 1991. Fotografia recolhida pela autora na Hemeroteca Municipal de Lisboa. Consultado a [24 Março 2017].   | 115 |
| <b>Fig.137</b> - “Moda K - L.A. Diva” fotografado por Pedro Cláudio. KAPA, Julho, 1991. Fotografia recolhida pela autora na Hemeroteca Municipal de Lisboa. Consultado a [24 Março 2017].   | 116 |
| <b>Fig.138</b> - Fotógrafa Inês Gonçalves, 1964. Disponível em WWW:<URL: <a href="http://www.inesgoncalves.work/about">http://www.inesgoncalves.work/about</a> >. Consultado a [4 Outubro 2017].  | 117 |

|   |     |
|---|-----|
| <b>Fig.139</b> - “Viver No Campo” fotografado por Inês Gonçalves. Marie Claire, Janeiro, 1990. Fotografia recolhida pela autora na Hemeroteca Municipal de Lisboa. Consultado a [24 Março 2017].                        | 118 |
| <b>Fig.140</b> - “Anos 90: A Nova Vaga” fotografado por Inês Gonçalves. Marie Claire, Março, 1990. Fotografia recolhida pela autora na Hemeroteca Municipal de Lisboa. Consultado a [24 Março 2017].                    | 118 |
| <b>Fig.141</b> - Fotografia do editorial “Amado Mio” pela fotógrafa Inês Gonçalves. KAPA, Nº24. Setembro, 1992. Fotografia recolhida pela autora na Hemeroteca Municipal de Lisboa. Consultado a [24 Março 2017].       | 118 |
| <b>Fig.142</b> - Editorial “Amado Mio” pela fotógrafa Inês Gonçalves. KAPA, Nº24. Setembro, 1992. Fotografia recolhida pela autora na Hemeroteca Municipal de Lisboa. Consultado a [24 Março 2017].                     | 118 |
| <b>Fig.143</b> - Fotógrafo Pedro Ferreira, 1964. Disponível em WWW:<URL:http://artec21.blogs.sapo.pt/10438.html>. Consultado a [4 Outubro 2017].  | 119 |
| <b>Fig.144</b> - “Classe Económica” pelo fotógrafo Pedro Ferreira. Vogue Portugal. Março, 2011. Fotografia recolhida pela autora na Hemeroteca Municipal de Lisboa. Consultado a [24 Março 2017].                       | 120 |
| <b>Fig.145</b> - “Classe Económica - Vogue” pelo fotógrafo Pedro Ferreira. Vogue Portugal. Março, 2012. Fotografia recolhida pela autora na Hemeroteca Municipal de Lisboa. Consultado a [24 Março 2017].               | 120 |
| <b>Fig.146</b> - “Rebelde com Causa” pelo fotógrafo Pedro Ferreira. Máxima. Setembro, 2009. Fotografia recolhida pela autora na Hemeroteca Municipal de Lisboa. Consultado a [24 Março 2017].                           | 120 |
| <b>Fig.147</b> - “Duplas Explosivas” pelo fotógrafo Pedro Ferreira. Vogue Portugal. Setembro, 2016. Fotografia recolhida pela autora na Hemeroteca Municipal de Lisboa. Consultado a [24 Março 2017].                   | 120 |
| <b>Fig.148</b> - Fotógrafo Mário Príncipe. Disponível em WWW:<URL:https://www.innovafofo.com/pt/testimoniales-profoto/mario-principe-profoto/>. Consultado a [4 Outubro 2017].  | 121 |
| <b>Fig.149</b> - “Anatomia de um Clássico” pelo fotógrafo Mário Príncipe. Vogue Portugal. Setembro, 2013. Fotografia recolhida pela autora na Hemeroteca Municipal de Lisboa. Consultado a [24 Março 2017].             | 122 |
| <b>Fig.150</b> - Editorial “Anatomia de um Clássico” pelo fotógrafo Mário Príncipe. Vogue Portugal. Setembro, 2013. Fotografia recolhida pela autora na Hemeroteca Municipal de Lisboa. Consultado a [24 Março 2017].   | 122 |
| <b>Fig.151</b> - “Classe Económica - Beat Generation” pelo fotógrafo Mário Príncipe. Vogue Portugal. Setembro, 2010. Fotografia recolhida pela autora na Hemeroteca Municipal de Lisboa. Consultado a [24 Março 2017].  | 122 |
| <b>Fig.152</b> - “Classe Económica - Beat Generation”. Fotografia por Mário Príncipe. Vogue Portugal. Setembro, 2010. Fotografia recolhida pela autora na Hemeroteca Municipal de Lisboa. Consultado a [24 Março 2017]. | 122 |

|  |     |
|--|-----|
| <b>Fig.153</b> - Fotógrafo Carlos Ramos, 1952. Disponível em WWW:<URL: <a href="http://www.bes-tguide.pt/lisboa/carlos-ramos-fotografo/">http://www.bes-tguide.pt/lisboa/carlos-ramos-fotografo/</a> >   | 123 |
| <b>Fig.154</b> - Katya Smirnova pelo fotógrafo Carlos Ramos. Julho, 2014. Disponível em WWW:<URL: <a href="http://policiadamoda.flashvidas.pt/2014/07/3841/">http://policiadamoda.flashvidas.pt/2014/07/3841/</a> >. Consultado a [24 Março 2017].   | 124 |
| <b>Fig.155</b> - “Alice in CoutureLand” pelo fotógrafo Carlos Ramos. Fevereiro, 2013. Disponível em WWW:<URL: <a href="https://www.behance.net/gallery/7067131/Alice-in-Couture-Land">https://www.behance.net/gallery/7067131/Alice-in-Couture-Land</a> >. Consultado a [24 Março 2017].   | 124 |
| <b>Fig.156</b> - “Arte Sales” pelo fotógrafo Carlos Ramos. Agosto, 2014. Disponível em WWW:<URL: <a href="http://policiadamoda.flashvidas.pt/2014/08/happy-b-day-ekaterina-smirnova/">http://policiadamoda.flashvidas.pt/2014/08/happy-b-day-ekaterina-smirnova/</a> >. Consultado a [24 Março 2017].  | 124 |
| <b>Fig.157</b> - “Anos 60” pelo fotógrafo Carlos Ramos. Novembro, 2015. Disponível em WWW:<URL: <a href="http://policiadamoda.flashvidas.pt/2015/11/editorial-de-moda-60s-mood-revista-flash/">http://policiadamoda.flashvidas.pt/2015/11/editorial-de-moda-60s-mood-revista-flash/</a> >. Consultado a [24 Março 2017].                                 | 124 |
| <b>Fig.158</b> - Fotógrafo Gonçalo Claro. Disponível em WWW:<URL: <a href="http://www.lux.iol.pt/html_galerias.html?gal_id=5630f10f0cf2f4cfb5ee50cf">http://www.lux.iol.pt/html_galerias.html?gal_id=5630f10f0cf2f4cfb5ee50cf</a> >. Consultado a [4 Outubro 2017].  | 125 |
| <b>Fig.159</b> - “Pixie More Than You See” fotografia por Gonçalo Claro. EDIT MAG, N°16, Junho 2011. Fotografia recolhida pela autora na Hemeroteca Municipal de Lisboa. Consultado a [24 Março 2017].   | 125 |
| <b>Fig.160</b> - “Pele Sobre Pele” fotografia por Gonçalo Claro. EDIT MAG, N°18, Setembro/Outubro 2011. Fotografia recolhida pela autora na Hemeroteca Municipal de Lisboa. Consultado a [24 Março 2017].  | 126 |
| <b>Fig.161</b> - “Soy Capitán De Mi Vida” fotografia por Gonçalo Claro. EDIT MAG, N°35, Julho/Agosto 2013. Fotografia recolhida pela autora na Hemeroteca Municipal de Lisboa. Consultado a [24 Março 2017].   | 126 |
| <b>Fig.162</b> - “Baton Envy, By Estée Lauder - Ousado e Provocador” fotografia por Gonçalo Claro. EDIT MAG, N°40, Abril 2014. Fotografia recolhida pela autora na Hemeroteca Municipal de Lisboa. Consultado a [24 Março 2017].   | 126 |
| <b>Fig.163</b> - “YSL - O Som e a Cor da Próxima Estação” fotografia por Gonçalo Claro. EDIT MAG, N°46, Março/Abril 2015. Fotografia recolhida pela autora na Hemeroteca Municipal de Lisboa. Consultado a [24 Março 2017].  | 126 |
| <b>Fig.164</b> - Sara Stockbridge fotografado por Nick Knight. Revista I-D, No. 50, Agosto, 1987. Disponível em WWW:<URL: <a href="https://i-d.vice.com/en_us/article/wj5pp4/35-models-from-35-years-of-i-d-us-translation">https://i-d.vice.com/en_us/article/wj5pp4/35-models-from-35-years-of-i-d-us-translation</a> >. Consultado a [24 Março 2017]. | 134 |
| <b>Fig.165</b> - “The Art Issue” fotografia por Nick Knight. Revista I-D, No. 28, Agosto, 1985. Disponível em WWW:<URL: <a href="http://ninagarcia.com/post/11203402681/i-d-no-28-the-art-issue-august-1985-styled-by">http://ninagarcia.com/post/11203402681/i-d-no-28-the-art-issue-august-1985-styled-by</a> >. Consultado a [24 Março 2017].         | 135 |
| <b>Fig.166</b> - Capa da revista BLITZ - Pat Benatar - Xutos e Pontapés, Patti Smith. Ano I - N° 10. Fevereiro, 1985. Fotografia recolhida pela autora na Hemeroteca Municipal de Lisboa. Consultado a [24 Maio 2017].   | 135 |



|  |     |
|--|-----|
| <b>Fig.167</b> - Capa da revista THE FACE. Nº 74. Junho, 1986. Fotografia recolhida pela autora através de revista impressa. Consultado a [24 Maio 2017].  | 135 |
| <b>Fig.168</b> - Capa da revista THE FACE. Nº 79. Novembro, 1986. Fotografia recolhida pela autora através de revista impressa. Consultado a [24 Maio 2017].   | 135 |
| <b>Fig.169</b> - Marie-Jeanne Rose Bertin (1747 – 1813). Disponível em WWW:<URL: <a href="https://www.pinterest.pt/pin/396387204679232778/">https://www.pinterest.pt/pin/396387204679232778/</a> >. Consultado a [24 Março 2017].  | 136 |
| <b>Fig.170</b> - “Sarah Josepha Hale - Editor, Godey’s Lady’s Book”. Disponível em WWW:<URL: <a href="https://www.thoughtco.com/sarah-josepha-hale-3529229">https://www.thoughtco.com/sarah-josepha-hale-3529229</a> >. Consultado a [24 Março 2017].  | 137 |
| <b>Fig.171</b> - “Godey’s Lady’s Book and Magazine, Vol. 64, June 1862”. Disponível em WWW:<URL: <a href="http://civilwarwomen.wp.tulane.edu/essays-3/godeys-ladys-book-and-magazine/">http://civilwarwomen.wp.tulane.edu/essays-3/godeys-ladys-book-and-magazine/</a> >. Consultado a [24 Março 2017].  | 137 |
| <b>Fig.172</b> - “Carmel Snow: Editor-In-Chief of Harper’s Bazaar 1934”. Disponível em WWW:<URL: <a href="https://www.universityoffashion.com/blog/women-fashion-journalism/">https://www.universityoffashion.com/blog/women-fashion-journalism/</a> >. Consultado a [24 Março 2017].  | 138 |
| <b>Fig.173</b> - A editora Diana Vreeland, anos 80. Disponível em WWW:<URL: <a href="http://www.fashionbubbles.com/historia-da-moda/diana-vreeland-a-primeira-editora-de-moda/">http://www.fashionbubbles.com/historia-da-moda/diana-vreeland-a-primeira-editora-de-moda/</a> >. Consultado a [24 Março 2017].   | 138 |
| <b>Fig.174</b> - Editora Carine Roitfeld, 1954. Disponível em WWW:<URL: <a href="https://www.veerlewindels.com/fashion/interview-carine-roitfeld">https://www.veerlewindels.com/fashion/interview-carine-roitfeld</a> >. Consultado a [4 Outubro 2017].  | 141 |
| <b>Fig.175</b> - Capa da revista Harper’s Bazaar com realização por Carine Roitfeld. Março, 2016. Disponível em WWW:<URL: <a href="https://fashioneditorials.com/harpers-bazaar-march-2016-lineisy-montero-ruth-bell-greta-varlese-by-bjorn-iooss/">https://fashioneditorials.com/harpers-bazaar-march-2016-lineisy-montero-ruth-bell-greta-varlese-by-bjorn-iooss/</a> >. Consultado a [24 Março 2017]    | 142 |
| <b>Fig.176</b> - “Arte Equestre” com realização por Carine Roitfeld. Vogue Portugal, Setembro 2004. Fotografia recolhida pela autora na Hemeroteca Municipal de Lisboa. Consultado a [24 Março 2017].  | 143 |
| <b>Fig.177</b> - “Pirates & Princesses” com realização por Carine Roitfeld e Felix Cooper. Harper’s Bazaar, Dezembro, 2015. Disponível em WWW:<URL: <a href="http://awake-smile.blogspot.pt/2015/10/">http://awake-smile.blogspot.pt/2015/10/</a> >. Consultado a [24 Março 2017].   | 143 |
| <b>Fig.178</b> - “That’s Fashion!” com realização por Carine Roitfeld. Harper’s Bazaar, Março, 2016. Disponível em WWW:<URL: <a href="https://fashioneditorials.com/harpers-bazaar-march-2016-lineisy-montero-ruth-bell-greta-varlese-by-bjorn-iooss/">https://fashioneditorials.com/harpers-bazaar-march-2016-lineisy-montero-ruth-bell-greta-varlese-by-bjorn-iooss/</a> >. Consultado a [24 Março 2017] | 143 |
| <b>Fig.179</b> - “Keith Me!” com realização por Carine Roitfeld. Vogue Paris, Novembro, 2009. © 2009 Condé Nast. Disponível em WWW:<URL: <a href="https://dcwdesign.wordpress.com/tag/french-vogue/">https://dcwdesign.wordpress.com/tag/french-vogue/</a> >. Consultado a [24 Março 2017]   | 143 |
| <b>Fig.180</b> - Editora Emmanuelle Alt, 1967. Disponível em WWW:<URL: <a href="http://ozinparis.com/emmanuelle-alt-and-the-army-of-lovers/">http://ozinparis.com/emmanuelle-alt-and-the-army-of-lovers/</a> >. Consultado a [4 Outubro 2017].   | 145 |

- Fig.181** - “Valentina Sampaio in Saint Laurent - La beauté transgenre” com styling por Emmanuelle Alt. Vogue Paris, Março, 2017. Disponível em WWW:<URL: <https://www.vogue.com/article/french-vogue-valentina-sampaio>>. Consultado a [24 Março 2017] ..... 146
- Fig.182** - “God Save The Queen” com styling por Emmanuelle Alt. Vogue Paris, Agosto, 2013. Disponível em WWW:<URL: <https://astairwaytofashion.com/2013/07/18/anja-rubik-for-vogue-paris-august-2013/>>. Consultado a [24 Março 2017] ..... 146
- Fig.183** - “More than a Woman” com styling por Emmanuelle Alt. Vogue Paris, Dezembro/Janeiro, 2011/2012. Disponível em WWW:<URL: <https://www.fashiongonerogue.com/arizona-muse-inez-vinodh-vogue-paris-decemberjanuary-20112012/>>. Consultado a [24 Março 2017] ..... 146
- Fig.184** - “Kati Nescher in the ELIE SAAB Haute Couture Autumn-Winter 12/13” com styling por Emmanuelle Alt. Vogue Paris, Novembro, 2012/2013. Disponível em WWW:<URL:<http://eliesaab.tumblr.com/post/34562271439>>. Consultado a [24 Março 2017] ..... 146
- Fig.185** - Editora Grace Mirabella, 1930. Disponível em WWW:<URL:<http://www.vogue.it/en/news/encyclo/people/m/grace-mirabella>>. Consultado a [4 Outubro 2017]. ..... 147
- Fig.186** - Capa da revista Vogue - editora de moda Grace Mirabella. 3 volumes: Maio, Novembro e Dezembro, 1985. Disponível em WWW:<URL: <https://www.calibanbooks.com/pages/books/z08880/grace-mirabella/three-issues-of-vogue-including-may-november-and-december-1985>>. Consultado a [24 Março 2017]. ..... 148
- Fig.187** - Capa da revista Vogue - editora de moda Grace Mirabella. 3 volumes: Março/Julho/Novembro, 1984. Disponível em WWW:<URL: <https://www.calibanbooks.com/pages/books/z08882/grace-mirabella/three-issues-of-vogue-from-1984-including-march-july-and-november>>. Consultado a [24 Março 2017]. ..... 148
- Fig.188** - Capa da revista Mirabella - 1ª edição. Disponível em WWW:<URL: <https://www.amazon.com/Mirabella-Magazine-June-First-Issue/dp/B00BZGIGWC>>. Consultado a [24 Março 2017]. ..... 148
- Fig.189** - Capa da revista Mirabella. Setembro, 1992. Disponível em WWW:<URL:<https://thecitizensoffashion.com/2013/01/16/blast-from-the-past-mirabella-magazine/>>. Consultado a [24 Março 2017]. ..... 148
- Fig.190** - Editora Anna Wintour, 1949. Disponível em WWW:<URL:<http://mefeater.com/anna-wintour-new-tv-series-coming-bravo/>>. Consultado a [4 Outubro 2017]. ..... 149
- Fig.191** - Capa da revista Vogue US (Jennifer Lawrence por Annie Leibovitz) - editora-chefe Anna Wintour. Setembro, 2017. Disponível em WWW:<URL:<https://www.fashiongonerogue.com/jennifer-lawrence-vogue-september-2017-covers/>>. Consultado a [24 Março 2017]. ..... 150
- Fig.192** - Capa da revista Vogue US - editora-chefe Anna Wintour. Maio, 2014. Disponível em WWW:<URL: <https://www.fashiongonerogue.com/emma-stone-wears-gucci-prints-vogue-us-may-2014-cover/>>. Consultado a [24 Março 2017]. ..... 151
- Fig.193** - Capa da revista Vogue US - editora-chefe Anna Wintour. Setembro, 2016. Disponível em WWW:<URL: <http://www.complex.com/style/2016/08/kendall-jenner-vogue-cover>>. Consultado a [24 Março 2017]. ..... 151



- Fig.194** - Capa da revista Vogue US - editora-chefe Anna Wintour. Outubro, 2015. Disponível em WWW:<URL:<https://www.kenyanvibe.com/lupita-adorns-her-second-vogue-magazine-cover/>>. Consultado a [24 Março 2017]. 151
- Fig.195** - Capa da revista Vogue US - editora-chefe Anna Wintour. Abril, 2017. Disponível em WWW:<URL: <https://www.teenvogue.com/story/selena-gomez-vogue-cover-april-2017>>. Consultado a [24 Março 2017]. 151
- Fig.196** - Editora Anna Wintour, 1949. Disponível em WWW:<URL:<http://mefeater.com/anna-wintour-new-tv-series-coming-bravo/>>. Consultado a [4 Outubro 2017]. 163
- Fig.197** - “Paris, Je t’aime” styling por Grace Coddington. Fotografia por Steven Meisel. Vogue US, Setembro, 2007. Disponível em WWW:<URL:<https://rachaelgibson.co.uk/2012/06/19/paris-je-taime-vogue-us-september-2007/>>. Consultado a [24 Março 2017]. 164
- Fig.198** - “Joy to the World” styling por Grace Coddington. Fotografia por Steven Meisel. Vogue US, Dezembro, 2002. Disponível em WWW:<URL:<https://theladylovescouture.com/this-just-in-vogue-legend-grace-coddington-steps-down-as-creative-director/>>. Consultado a [24 Março 2017]. 165
- Fig.199** - “Alice In Wonderland” styling por Grace Coddington. Fotografia por Annie Leibovitz. Vogue US, Dezembro, 2003. Disponível em WWW:<URL:<https://angelicalnataliavodianova.wordpress.com/2012/01/02/editorials-vogue-us-december-2003/>>. Consultado a [24 Março 2017]. 165
- Fig.200** - “Beauty & the Beast” styling por Grace Coddington. Fotografia por Annie Leibovitz. Vogue US, Abril, 2005. Disponível em WWW:<URL: <http://books0977.tumblr.com/post/121359651432/drew-barrymore-hearing-music-in-beauty-the>>. Consultado a [24 Março 2017]. 166
- Fig.201** - “Alighting” styling por Grace Coddington. Fotografia por David Sims. Vogue US, Outubro, 2007. Disponível em WWW:<URL:<http://lastdollstanding.blogspot.pt/2010/03/couture-shoot-from-september-issue.html>>. Consultado a [24 Março 2017]. 166
- Fig.202** - Editorial “Alice In Wonderland” com styling por Grace Coddington. Fotografia por Annie Leibovitz. Vogue US, Dezembro, 2003. Disponível em WWW:<URL:<https://angelicalnataliavodianova.wordpress.com/2012/01/02/editorials-vogue-us-december-2003/>>. Consultado a [24 Março 2017]. 166
- Fig.203** - Stylist Karl Templer, 1949. Disponível em WWW:<URL:<https://wontheland.com/tag/karl-templer/>>. Consultado a [4 Outubro 2017]. 167
- Fig.204** - “Coach 1941 - Fall Winter 16/17” styling por Karl Templer. Fotografia por Steven Meisel. Disponível em WWW:<URL:<https://www.designscene.net/2016/07/coach-fw16-steven-meisel.html>>. Consultado a [24 Março 2017]. 168
- Fig.205** - “The Art of Shopping” styling por Karl Templer. Fotografia por Mikael Jansson. Interview Magazine, Março, 2013. Disponível em WWW:<URL:<http://dinorama-moda-dinorama.blogspot.pt/2013/03/interview-marco-art-of-shopping.html>>. Consultado a [24 Março 2017]. 168
- Fig.206** - “The Collections” styling por Karl Templer. Fotografia por Steven Meisel. Vogue Italia, Janeiro, 2014. Disponível em WWW:<URL: <http://knowthecrowdneverbelong.blogspot.pt/2014/01/the-collections-photographer-steven.html>>. Consultado a [24 Março 2017]. 168

|   |     |
|---|-----|
| <b>Fig.207</b> - “Alighting” styling por Grace Coddington. Fotografia por Craig McDean. Interview Magazine, Maio, 2016. Disponível em WWW:<URL: <a href="http://thefashionography.com/interview-magazine-may-2016-craig-mcdean/">http://thefashionography.com/interview-magazine-may-2016-craig-mcdean/</a> >. Consultado a [24 Março 2017].  | 168 |
| <b>Fig.208</b> - Stylist Joe Mckenna. Disponível em WWW:<URL: <a href="https://www.businessoffashion.com/community/people/joe-mckenna">https://www.businessoffashion.com/community/people/joe-mckenna</a> >. Consultado a [4 Outubro 2017].   | 169 |
| <b>Fig.209</b> - Styling por Joe Mckenna, fotografia por Karim Sadli. Vogue Paris, Novembro, 2013. Disponível em WWW:<URL: <a href="http://reallifeiselsewhere.blogspot.pt/2013/10/sur-le-sable.html">http://reallifeiselsewhere.blogspot.pt/2013/10/sur-le-sable.html</a> >. Consultado a [24 Março 2017].   | 170 |
| <b>Fig.210</b> - Styling por Joe Mckenna, fotografia por David Sims. Vogue Paris, Março, 2012. Disponível em WWW:<URL: <a href="https://uglyducklingsjournal.wordpress.com/2013/12/18/iconic-wednesday-fashion-stylist-joe-mckenna/#jp-carousel-357">https://uglyducklingsjournal.wordpress.com/2013/12/18/iconic-wednesday-fashion-stylist-joe-mckenna/#jp-carousel-357</a> >. Consultado a [24 Março 2017].   | 170 |
| <b>Fig.211</b> - Janice Alida com styling por Joe Mckenna e fotografia por David Sims. Vogue Paris, Outubro, 2012. Disponível em WWW:<URL: <a href="https://www.popsugar.com/fashion/photo-gallery/25895911/image/25895945/Vogue-Paris-October-2012">https://www.popsugar.com/fashion/photo-gallery/25895911/image/25895945/Vogue-Paris-October-2012</a> >. Consultado a [24 Março 2017].                       | 171 |
| <b>Fig.212</b> - Capa da revista Vogue Paris com styling por Joe Mckenna e fotografia por Mert Alas and Marcus Piggot. Novembro, 2008. Disponível em WWW:<URL: <a href="https://www.popsugar.com/fashion/photo-gallery/25895911/image/25895917/Vogue-Paris-November-2008">https://www.popsugar.com/fashion/photo-gallery/25895911/image/25895917/Vogue-Paris-November-2008</a> >. Consultado a [24 Março 2017]. | 171 |
| <b>Fig.213</b> - Tom Daley e Kate Moss com styling por Joe Mckenna, fotografia por Bruno Weber. Vogue Italia, Março, 2010. Disponível em WWW:<URL: <a href="https://www.popsugar.com/fashion/photo-gallery/25895911/image/25895921/Vogue-Italia-March-2010">https://www.popsugar.com/fashion/photo-gallery/25895911/image/25895921/Vogue-Italia-March-2010</a> >. Consultado a [24 Março 2017].                 | 171 |
| <b>Fig.214</b> - Capa da revista I-D com styling por Joe Mckenna e fotografia por David Sims. Pre-Fall, 2012. Disponível em WWW:<URL: <a href="https://www.popsugar.com/fashion/photo-gallery/25895911/image/25895939/i-D-Pre-Fall-2012">https://www.popsugar.com/fashion/photo-gallery/25895911/image/25895939/i-D-Pre-Fall-2012</a> >. Consultado a [24 Março 2017].  | 171 |
| <b>Fig.215</b> - Stylist Paulo Gomes, 1963. Disponível em: WWW:<URL: <a href="https://fsimaging.wordpress.com/tag/barber/">https://fsimaging.wordpress.com/tag/barber/</a> >. Consultado a [12 Janeiro 2017].   | 189 |
| <b>Fig.216</b> - Styling por Paulo Gomes para a Up-tap inflight magazine. Com fotografia por Frederico Martins. Disponível em: WWW:<URL: <a href="https://www.behance.net/gallery/27104807/portfolio">https://www.behance.net/gallery/27104807/portfolio</a> >. Consultado a [11 Janeiro 2017].   | 190 |
| <b>Fig.217</b> - Styling por Paulo Gomes para a revista Elle Portugal. Disponível em: WWW:<URL: <a href="https://www.behance.net/gallery/27104807/portfolio">https://www.behance.net/gallery/27104807/portfolio</a> >. Consultado a [11 Janeiro 2017].  | 191 |
| <b>Fig.218</b> - “Há Riscas no Cais” com styling por Paulo Gomes para a revista NAU 21. Julho, 2013. Com fotografia por Gonçalo Claro. Disponível em: WWW:<URL: <a href="http://www.fspoiler.com/2013/07/nau-21-julho-2013.html">http://www.fspoiler.com/2013/07/nau-21-julho-2013.html</a> >. Consultado a [11 Janeiro 2017].  | 191 |
| <b>Fig.219</b> - LAMPIÃO & MARIA BONITA: Art Direction & Styling por Paulo Gomes para UP-TAP inflight magazine, 2017. Com fotografia por Pedro Pacheco. Disponível em: WWW:<URL: <a href="https://www.behance.net/gallery/56177423/LAMPIAO-MARIA-BONITA">https://www.behance.net/gallery/56177423/LAMPIAO-MARIA-BONITA</a> >. Consultado a [11 Janeiro 2017].   | 191 |

|  |     |
|--|-----|
| <b>Fig.220</b> - “MIAMI” : Art Direction & Styling por Paulo Gomes para UP-TAP inflight magazine, 2017. Com fotografia por Pedro Pacheco. Disponível em: WWW:<URL:https://www.behance.net/gallery/56135949/MIAMI>. Consultado a [11 Janeiro 2017].                         | 191 |
| <b>Fig.221</b> - “ROMANTIC NOSTALGIA” : Art Direction & Styling por Paulo Gomes para UP-TAP inflight magazine, 2017. Com fotografia por Sorin Opait. Disponível em: WWW:<URL:https://www.behance.net/gallery/56135045/ROMANTIC-NOSTALGIA>. Consultado a [11 Janeiro 2017]. | 192 |
| <b>Fig.222</b> - “BEACH IN HOUSE” : Art Direction & Styling por Paulo Gomes para Elle Portugal, Com fotografia por Frederico Martins. Disponível em: WWW:<URL:https://www.behance.net/gallery/27197585/Beach-in-House>. Consultado a [11 Janeiro 2017].                    | 192 |
| <b>Fig.223</b> - “PIC-NIC” : Art Direction & Styling por Paulo Gomes para UP-TAP inflight magazine, 2016. Com fotografia por Pedro Pacheco. Disponível em: WWW:<URL:https://www.behance.net/gallery/56135329/PIC-NIC>. Consultado a [11 Janeiro 2017].                     | 192 |
| <b>Fig.224</b> - Stylist Isabel Branco, 1952. Disponível em WWW:<URL:https://www.luxwoman.pt/as-dez-mulheres-de-diogo-miranda/>. Consultado a [4 Outubro 2017].  | 192 |
| <b>Fig.225</b> - Isabel Branco em trabalho de editorial de moda. Disponível em: WWW:<URL:http://upmagazine-tap.com/pt_artigos/24-horas-em-lisboa-isabel-branco/>. Consultado a [11 Janeiro 2017].  | 193 |
| <b>Fig.226</b> - “Frio no Campo” com realização por Isabel Branco e fotografia por João Raul. Elle Portugal, Nº4, Janeiro, 1988. Fotografia recolhida pela autora na Hemeroteca Municipal de Lisboa. Consultado a [24 Março 2017].   | 193 |
| <b>Fig.227</b> - “Tudo em Palha” com realização por Isabel Branco e fotografia por Erwin Windmuller. Elle Portugal, Nº19, Abril, 1990. Fotografia recolhida pela autora na Hemeroteca Municipal de Lisboa. Consultado a [24 Março 2017].                                   | 194 |
| <b>Fig.228</b> - “Natural Obsession” com styling por Isabel Branco e fotografia por Carmo Amorim. Divo Magazine, s.d. Disponível em WWW:<URL: http://www.homensdelinguaportuguesa.com/2015/11/francisco-soares-pt-editorial-natural.html>. Consultado a [24 Março 2017].   | 194 |
| <b>Fig.230</b> - A stylist Susana Marques Pinto, 1954. Disponível em:WWW:<URL:http://www.pulpfashion.pt/escola/>. Consultado a [12 Janeiro 2017].  | 194 |
| <b>Fig.231</b> - Campanha Pelcor SS16 com styling por Susana Marques Pinto. Disponível em:WWW:<URL:http://dailymodalisboa.blogspot.pt/2015/09/pelcor-revela-nova-campanha-para-o.html>. Consultado a [12 Janeiro 2017].  | 195 |
| <b>Fig.232</b> - “Fashion Animals” com styling por Susana Marques Pinto. Fotografia por Pedro Ferreira. 2017. Disponível em WWW:<URL:http://www.pulpfashion.pt/portfolio/editorial/fashionanimals.php>. Consultado a [12 Janeiro 2017].                                    | 196 |
| <b>Fig.233</b> - “Pretty in Pink” com styling por Susana Marques Pinto. Fotografia por Pedro Ferreira. 2016. Disponível em WWW:<URL:http://www.pulpfashion.pt/portfolio/editorial/prettyinpink.php>. Consultado a [12 Janeiro 2017].                                       | 197 |
| <b>Fig.234</b> - Capa da revista Essential Lisboa, “In and Around” com styling por Susana Marques Pinto. Fotografia por Pedro Ferreira. Essential Lisboa, Nº 73, Abril/Maio, 2016. Disponível em WWW:<URL: http://www.pulpfashion.pt/portfolio/editorial/inandaround.>     | 197 |

php>. Consultado a [12 Janeiro 2017].

**Fig.235** - “Ténis” com styling por Susana Marques Pinto. 2016. Disponível em WWW:<URL: <http://www.pulpfashion.pt/portfolio/editorial/tenis.php>>. Consultado a [12 Janeiro 2017]. 197

**Fig.236** - “Modern Victorian” com styling por Susana Marques Pinto. Fotografia por Pedro Ferreira. 2015. Disponível em WWW:<URL: <http://www.pulpfashion.pt/portfolio/editorial/modern-victorian.php>>. Consultado a [12 Janeiro 2017]. 197

**Fig.237** - “Colour Crush” com styling por Susana Marques Pinto. Fotografia por Pedro Ferreira. Editorial Lojas das Meias, 2015. Disponível em WWW:<URL: <http://www.pulp-fashion.pt/portfolio/editorial/colourcrush.php>>. Consultado a [12 Janeiro 2017]. 198

**Fig.238** - “Bold as a Rock” com styling por Susana Marques Pinto. Fotografia por Pedro Ferreira. Editorial Essential Lisboa, 2015. Disponível em WWW:<URL: <http://www.pulpfashion.pt/portfolio/editorial/boldasarock.php>>. Consultado a [12 Janeiro 2017]. 198

**Fig.239** - “White Nights” com styling por Susana Marques Pinto. Fotografia por Pedro Ferreira. Editorial Essential Lisboa, 2014. Disponível em WWW:<URL: <http://www.pulp-fashion.pt/portfolio/editorial/whitenights.php>>. Consultado a [12 Janeiro 2017]. 198

**Fig.240** – Stylist Paulo Macedo. Disponível em WWW:<URL: <http://ffw.uol.com.br/lifestyle/fila-a/fila-a-amapo-spfw/galeria/7/>>. Consultado a [4 Outubro 2017]. 198

**Fig.241** - “Diva” com styling por Paulo Macedo e fotografia por Jacques Dequecker. Vogue Portugal, Nº11, Setembro, 2003. Fotografia recolhida pela autora na Hemeroteca Municipal de Lisboa. Consultado a [24 Março 2017]. 199

**Fig.242** - “Wild Cat” com styling por Paulo Macedo e fotografia por Jacques Dequecker. Vogue Portugal, Nº23, Setembro, 2004. Fotografia recolhida pela autora na Hemeroteca Municipal de Lisboa. Consultado a [24 Março 2017]. 199

**Fig.243** - “Aula de Anatomia” com styling por Paulo Macedo e fotografia por Marcin Tyszka. Vogue Portugal, Março, 2006. Fotografia recolhida pela autora na Hemeroteca Municipal de Lisboa. Consultado a [24 Março 2017]. 200

**Fig.244** - “Joana D’Arc” com styling por Paulo Macedo e fotografia por Pier Luigi Macor. Vogue Portugal, Março, 2007. Fotografia recolhida pela autora na Hemeroteca Municipal de Lisboa. Consultado a [24 Março 2017]. 200

**Fig.245** - “O Novo Galmour” com styling por Paulo Macedo e fotografia por Marcin Tyszka. Vogue Portugal, Setembro, 2007. Fotografia recolhida pela autora na Hemeroteca Municipal de Lisboa. Consultado a [24 Março 2017]. 200

**Fig.246** - “Estravaganza” com realização por Paulo Macedo e fotografia por Sophie Delaporte. Vogue Portugal, Março, 2008. Fotografia recolhida pela autora na Hemeroteca Municipal de Lisboa. Consultado a [24 Março 2017]. 200

**Fig.247** - “A idade da Inocência” com styling por Paulo Macedo e fotografia por Marcin Tyszka. Vogue Portugal, Março, 2008. Fotografia recolhida pela autora na Hemeroteca Municipal de Lisboa. Consultado a [24 Março 2017]. 201

**Fig.248** - “A Nossa Selecção” com styling por Paulo Macedo e fotografia por Bojana Tatarszka. Vogue Portugal, Setembro, 2010. Fotografia recolhida pela autora na Hemeroteca 201

Municipal de Lisboa. Consultado a [24 Março 2017].

**Fig.249** - “Black Is Beautiful” com styling por Paulo Macedo e fotografia por Bojana Tatarszka. Vogue Portugal, Março, 2011. Fotografia recolhida pela autora na Hemeroteca Municipal de Lisboa. Consultado a [24 Março 2017]. 201

**Fig.250** - “20’s Something” com realização por Paulo Macedo e fotografia por Luís Monteiro. Vogue Portugal, Setembro, 2011. Fotografia recolhida pela autora na Hemeroteca Municipal de Lisboa. Consultado a [24 Março 2017]. 201

**Fig.251** - “Anatomia de um Clássico” com styling por Paulo Macedo e fotografia por Mário Príncipe. Vogue Portugal, Setembro, 2013. Fotografia recolhida pela autora na Hemeroteca Municipal de Lisboa. Consultado a [24 Março 2017]. 202

**Fig.252** - “World Beat” com styling por Paulo Macedo e fotografia por Rui Aguiar. Vogue Portugal, Março, 2014. Fotografia recolhida pela autora na Hemeroteca Municipal de Lisboa. Consultado a [24 Março 2017]. 202

**Fig.253** - “Ponto de Vista” com styling por Paulo Macedo e fotografia por Mário Príncipe. Vogue Portugal, Março, 2015. Fotografia recolhida pela autora na Hemeroteca Municipal de Lisboa. Consultado a [24 Março 2017]. 202

**Fig.254** - Styling por Paulo Macedo. Editorial Vogue Portugal, 2016. Disponível em: WWW:<URL:http://montermgmt.tumblr.com/post/152858099811/anastasia-ivanova-vogue-portugal-see-more>. Consultado a [11 Janeiro 2017]. 202

**Fig.255** - Stylist Helena Assédio Maltez. Disponível em WWW:<URL:https://helenaa-sediomaltez.com/helena-assedio-maltez/>. Consultado a [4 Outubro 2017]. 203

**Fig.256** - “Olha que coisa mais linda” com styling por Helena Assédio Maltez e fotografia por Pedro Ferreira. Revista Máxima, Nº26, Setembro, 2010. Fotografia recolhida pela autora na Hemeroteca Municipal de Lisboa. Consultado a [24 Março 2017]. 205

**Fig.257** - “Marraquexe” com styling por Helena Assédio Maltez e fotografia por Pedro Ferreira. Revista Máxima, Nº36, Julho, 2011. Disponível em WWW:<URL: http://s-magazine.photography/ceemes/article/show/253/page=285/layout=588/ \_\_language\_\_=en>. Consultado a [24 Março 2017]. 206

**Fig.258** - “Sandra Rosado - Ballet Gulbenkian” com styling por Helena Assédio Maltez. Revista Máxima, Nº232. Disponível em WWW:<URL: https://helenaaassediomaltez.com/portfolio/sandra-rosado-ballet-gukbenkian/>. Consultado a [24 Março 2017]. 206

**Fig.259** - “Nuage” com styling por Helena Assédio Maltez. Disponível em WWW:<URL:https://helenaaassediomaltez.com/portfolio/moda-rosa/>. Consultado a [24 Março 2017]. 206

**Fig.260** - Stylist Fernando Bastos Pereira. Disponível em WWW:<URL:https://www.portofashionmakers.com/pt/people/64-fernando-bastos-pereira>. Consultado a [4 Outubro 2017]. 206

**Fig.261** - Styling por Fernando Bastos Pereira - Campanha Portuguese Shoes 2016. Disponível em: WWW:<URL:http://modalisboa.pt/noticias/galeria/212#look2>. Consultado a [12 Janeiro 2017]. 207

**Fig.262** - Styling por Fernando Bastos Pinto - Campanha 2014 para L’OFFICIEL HOMMES. Disponível em: WWW:<URL:https://www.wrongweather.net/style/in-the-press>. 208



Consultado a [12 Janeiro 2017].

**Fig.263** - Styling por Fernando Bastos Pereira - Campanha Luís Onofre SS17. Fotografia por Frederico Martins. Disponível em: WWW:<URL: <http://www.mariamacomk.pt/2017/03/luis-onofre-hellenic-gardens-campanha.html>>. Consultado a [12 Janeiro 2017]. 209

**Fig.264** - Styling por Fernando Bastos Pereira. Fotografia por Frederico Martins. Disponível em: WWW:<URL: <https://www.thefashionisto.com/luis-borges-kim-kragelund-get-sporty-for-dsection/>>. Consultado a [12 Janeiro 2017]. 209

**Fig.265** - Styling por Fernando Bastos Pereira. Fotografia por Frederico Martins. Vogue Portugal, Abril, 2012. Disponível em: WWW:<URL:<https://www.productionparadise.com/showcase/lisbon-issue-338-628/frederico-martins-17365.html>>. Consultado a [12 Janeiro 2017]. 209

**Fig.266** - Stylist Filipe Carriço, 1976. Disponível em WWW:<URL:[http://modalisboa.pt/fashionweeks/modalisboa-kiss\\_47/people](http://modalisboa.pt/fashionweeks/modalisboa-kiss_47/people)>. Consultado a [4 Outubro 2017]. 210

**Fig.267** - “Novos Looks - Blueberry” com styling pelo stylist Filipe Carriço. Fotografia Daniel Picado. Revista Elle Portugal, Setembro, 2010. Fotografia recolhida pela autora na Hemeroteca Municipal de Lisboa. Consultado a [24 Março 2017]. 211

**Fig.268** - “Novos Looks - Novo Romântico” com styling por Filipe Carriço. Fotografia Daniel Picado. Revista Elle Portugal, Setembro, 2010. Fotografia recolhida pela autora na Hemeroteca Municipal de Lisboa. Consultado a [24 Março 2017]. 212

**Fig.269** - Editorial com styling por Filipe Carriço, fotografia por Pedro Ferreria. Disponível em WWW:<URL: <http://giannibach.blogspot.pt/2015/09/the-bond-identity-fotography-pedro.html>>. Consultado a [24 Março 2017]. 212

**Fig.270** - Campanha Pelcor FW 14/15 com styling por Filipe Carriço e fotografia por Pedro Ferreira. Pre-Fall, 2012. Disponível em WWW:<URL: <https://dailymodalisboa.blogspot.pt/2014/07/pelcor-apresenta-nova-campanha.html?m=1>>. Consultado a [24 Março 2017]. 212

**Fig.271** - Stylist Joyce Doret. Disponível em WWW:<URL:<http://danielabrum.blogspot.pt/2011/04/fashion-joyce-doret.html>>. Consultado a [4 Outubro 2017]. 212

**Fig.272** - Campanha Zilian FW 16 com styling por Joyce Doret. Fotografia Gonçalo Claro. Disponível em WWW:<URL:<https://www.pinterest.se/pin/94434923415962951/>>. Consultado a [24 Março 2017]. 213

**Fig.273** - “Swag Girl” com styling por Joyce Doret. Fotografia Gonçalo Claro. EDIT MAG, N°28, Novembro, 2012. Fotografia recolhida pela autora na Hemeroteca Municipal de Lisboa. Consultado a [24 Março 2017]. 213

**Fig.274** - “Coeur Noir” com styling por Joyce Doret. Fotografia Gonçalo Claro. EDIT MAG, N°30, Janeiro/Fevereiro, 2013. Fotografia recolhida pela autora na Hemeroteca Municipal de Lisboa. Consultado a [24 Março 2017]. 214

**Fig.275** - “Lâncome - Effortless Chic Parisienne” com styling por Joyce Doret. Fotografia Gonçalo Claro. EDIT MAG, N°48, Julho/Agosto, 2015. Fotografia recolhida pela autora na Hemeroteca Municipal de Lisboa. Consultado a [24 Março 2017]. 214

|   |     |
|---|-----|
| <b>Fig.276</b> - “Duplas Explosivas” com styling por Joyce Doret. Fotografia Pedro Ferreira. Revista Máxima Nº20, Setembro, 2016. Fotografia recolhida pela autora na Hemeroteca Municipal de Lisboa. Consultado a [24 Março 2017].                               | 214 |
| <b>Fig.277</b> - Stylist João Pombeiro, 1987. Disponível em WWW:<URL:https://elle.sapo.pt/moda/os-beijos-da-modalisboa-kiss-joao-pombeiro/>. Consultado a [4 Outubro 2017].   | 214 |
| <b>Fig.278</b> - “Num Corpo de Sal” com styling por João Pombeiro. Fotografia Gonçalo Claro. EDIT MAG, Nº12, Fevereiro, 2011. Fotografia recolhida pela autora na Hemeroteca Municipal de Lisboa. Consultado a [24 Março 2017].                                   | 215 |
| <b>Fig.279</b> - “Pixie More Than You See” com styling por João Pombeiro. Fotografia Gonçalo Claro. EDIT MAG, Nº16, Junho, 2011. Fotografia recolhida pela autora na Hemeroteca Municipal de Lisboa. Consultado a [24 Março 2017].                                | 216 |
| <b>Fig.280</b> - “Sol de Inverno” com styling por João Pombeiro. Fotografia Gonçalo Claro. EDIT MAG, Nº29, Dezembro, 2012. Fotografia recolhida pela autora na Hemeroteca Municipal de Lisboa. Consultado a [24 Março 2017].                                      | 216 |
| <b>Fig.281</b> - “High Contrast” com styling por João Pombeiro. Fotografia Gonçalo Claro. EDIT MAG, Nº33, Maio, 2013. Fotografia recolhida pela autora na Hemeroteca Municipal de Lisboa. Consultado a [24 Março 2017].   | 216 |
| <b>Fig.282</b> - “Roof Top” com styling por João Pombeiro. Fotografia por Filipe Estrela e Sónia Apolónia. EDIT MAG, Nº35, Julho/Agosto, 2013. Fotografias recolhidas pela autora na Hemeroteca Municipal de Lisboa. Consultado a [24 Março 2017].                | 216 |
| <b>Fig.283</b> - “Downton Girls” com styling por João Pombeiro. Fotografia por Gonçalo Claro. EDIT MAG, Nº36, Setembro/Outubro, 2013. Fotografias recolhidas pela autora na Hemeroteca Municipal de Lisboa. Consultado a [24 Março 2017].                         | 217 |
| <b>Fig.284</b> - “Baton Envy by Estée Lauder - Ousado e Provocador” com styling por João Pombeiro. Fotografia por Gonçalo Claro. EDIT MAG, Nº40, Abril, 2014. Fotografias recolhidas pela autora na Hemeroteca Municipal de Lisboa. Consultado a [24 Março 2017]. | 217 |
| <b>Fig.285</b> - “Soy Capitán De Mi Vida” com styling por João Pombeiro. Fotografia por Gonçalo Claro. EDIT MAG, Nº36, Setembro/Outubro, 2013. Fotografias recolhidas pela autora na Hemeroteca Municipal de Lisboa. Consultado a [24 Março 2017].                | 218 |
| <b>Fig.286</b> - Print screens de páginas da plataforma/ blog PortugueseStyling criado pela autora, 2017.   | 233 |





## ÍNDICE DE TABELAS

**Tabela 1** - Relação entre as revistas/jornais e os conteúdos editoriais. (AUTORA, 2017) ..... 177

**Tabela 2** - Tabela cronológica das datas consultadas acerca das revistas e jornais de moda. (AUTORA, 2017) ..... 180

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

**Gráfico 1** - Gráfico percentual sobre a relação editorial com o espaço e o tipo físico dos modelos. (AUTORA, 2017) ..... 179

**Gráfico 2** - Gráfico percentual sobre a relação editorial com a roupa, marcas e tipo de conteúdo. (AUTORA, 2017) ..... 179





# 1.

**ENQUADRAMENTO CONCEPTUAL  
E METODOLÓGICO**



## 1.1. INTRODUÇÃO

A presente investigação correspondente à dissertação de mestrado que se insere na área do Design de Moda e surge com o objectivo de examinar o surgimento e evolução da disciplina do *Styling* em Portugal, no contexto histórico entre o 25 de Abril de 1974 e a atualidade. Desta forma, pretende focar aspectos essenciais da temática através dos seus princípios e raízes evolutivas, relacionando a mesma com o avanço das tecnologias e o papel social, político e económico da moda no contexto local.

“A moda é a expressão vestimentária de uma dada população num momento precioso da sua história.” (ROSELLE, 1980 apud DUARTE, 2004, p.40)

A revolução democrática portuguesa, Revolução dos Cravos, de 1974 permitiu uma libertação da sociedade fechada contribuindo para a mudança e inovação características da sociedade aberta. Antes da revolução, o país encontrava-se debilitado a vários níveis como consequência da política isolacionista e obscurantista do regime de Salazar | Caetano que culminou no estrangulamento dos poucos designers de moda toleradas pelo regime impedindo o desenvolvimento da indústria têxtil, e remetendo a execução de vestuário exclusivamente a alfaiates, aos poucos ateliers de *demi-couture* que serviam a burguesia reproduzindo por medida *toiles* importados de Paris e às modistas.

No entanto, dada a revolução e em função da crise económica que se fazia sentir, Portugal continuou a lutar pela sua reorganização e pelo estabelecimento de novas regras. Desta forma, não só se verifica um *boom* da indústria têxtil e de confecção a feito como também a moda ganha uma nova visão, o vestuário rompe com a tradição e revoluciona assim, através da ruptura com o convencionalismo e da sede de diferenciação da geração em voga, que tinha sido espartilhada pela ditadura.

Assim, surge a oportunidade de surgimento e afirmação dos primeiros praticantes de *styling* editorial (na sua generalidade sem formação académica na área) apoiado pelo desaparecimento das revistas especializadas como ferramenta essencial para a sua divulgação.

Nos finais da década de 1980, os meios de comunicação também estavam a modificar-se e mesmo a dar lugar a novos modelos editoriais como o jornal O INDEPENDENTE ou a revista KAPA marcando assim, uma época abundantemente influenciada por todo o tipo de mensagens e imagens e pelo *boom* da publicidade. A geração atual conta com comunicadores da Era digital, as plataformas online de informação rápida e *bloggers* de moda, consequência dos rápidos e constantes avanços tecnológicos.

De modo a consolidar a aprendizagem de conhecimentos decorrente de todo o processo investigativo e dos *skills* que consequentemente foram estimulados nesta disciplina criativa, a investigadora tem intenção de vir a realizar um projeto teórico-prático. Este projeto encerrará o ciclo da investigação e terá a forma de plataforma digital a desenvolver, que servirá igualmente para disseminar parte dos conteúdos da tese de dissertação e ainda, dar a conhecer um conjunto de informações e conclusões retiradas após as entrevistas junto de profissionais da área e matérias visuais reflectidas assinaladas pela investigadora.

## **1.2. PROBLEMATIZAÇÃO E HIPÓTESE**

### **O *styling* editorial é indispensável coordenado com as revistas de moda?**

O *styling* editorial é uma área da moda com características de composição muito vin-  
cadas, no entanto, o tema precisa ainda de ser desenvolvido, analisado e aprofundado,  
em relação á sua evolução, princípios e raízes gerais. Desta forma e em relação ao  
conceito, será necessário examinar e concluir alguns processos, princípios e raízes  
evolutivas do *styling* em Portugal desde o 25 de Abril até á atualidade, através da con-  
textualização histórica, o avanço das tecnologias e a relação do mesmo com o conceito  
de comunicação.

## **1.3. QUESTÕES DE INVESTIGAÇÃO**

É necessário levantar algumas questões de investigação que permitem refletir sobre as  
suas possíveis respostas e dessa forma, obter conclusões através do estudo do *styling*  
editorial, em relação á sua evolução, princípios e raízes gerais dos processos evolutivos  
em Portugal desde o 25 de Abril até á atualidade.

**Existe algum paralelo entre o *styling* internacional e o *styling made in Portugal*? – O**  
primeiro já se desenvolvia e tomava proporções mais profissionais, o segundo ainda se  
mantinha de certa forma desconsiderado, indefinido e pouco explorado;

**O conceito *styling* em Portugal existia antes do 25 de Abril de 1974? – Não se con-**  
siderava essa definição e conceito definidos porque era um tema pouco falado e explo-  
rado, talvez até desconhecido para a maioria dos indivíduos;

**O que motivou o aparecimento das revistas portuguesas especializadas em moda? –**  
Perceber se a mudança de regime permitiu que todos se libertassem e que novas ideias  
surgissem e dessa forma, novas profissões relacionadas com a moda emergiram e a

criatividade foi levada a bom-porto através dos já interessados pelas áreas abrangidas como a moda, o *styling*, a beleza, a fotografia, o desenho, entre outras;

O que é o **Styling** Editorial? - Quais as diferenças e semelhanças entre as várias geração de **stylists**? – Através das entrevistas aos vários profissionais da área e estudo reflexivo através da Revisão da Literatura perceber se é possível considerar uma definição geral para este tema.

## **1.4. OBJETIVOS GERAIS E ESPECÍFICOS**

O objecto de estudo prende-se em alguns objectivos gerais que pretendem determinar e analisar o que é o *styling* editorial, dentro dos parâmetros do design de moda, da composição da revista ou conceito/tema a que se propõe e ainda, examinar através de todas as aprendizagens e temas abordados, qual a evolução do *styling* desde o 25 de Abril até aos dias de hoje. Finalmente, os objectivos gerais subdivide-se em objetivos específicos que procuram mais profundamente através da reflexão de áreas determinadas analisar o tema, seja pela identificação do que motivou o aparecimento das revistas especializadas em moda em Portugal e qual o papel do *styling* editorial em relação à mensagem a transmitir ao utilizador/consumidor; ao desenvolvimento de uma análise comparativa entre as várias gerações de *stylists*, pós 25 de Abril; ao desenvolvimento e percepção de que forma a moda e componentes como *hairstyle* e *makeup* se completam e relacionam harmoniosamente; da compreensão de forma profissional e específica (através de entrevistas) de que forma esta função ajuda na percepção da mensagem referente ao tema em questão e ainda, de que maneira contribuiu a plataforma Moda Lisboa para a evolução do *styling*.



## 1.5. METODOLOGIA E DESENHO DE INVESTIGAÇÃO

No decorrer da investigação foi utilizada uma metodologia de natureza mista, assente em métodos intervencionistas e não-intervencionistas de base qualitativa. A presente investigação aborda o tema *Styling* Editorial, tendo como título, O *Styling* Editorial em Portugal: Génese do Campo Disciplinar 1974 - 2016, e utiliza os seguintes métodos: Revisão da Literatura relevante, de forma a completar o Estado da Arte (metodologia qualitativa não intervencionista) e posteriormente numa segunda fase, investigação ativa que incluiu um estudo de casos específicos (revistas e jornais especializados) e consulta a especialistas através de entrevistas, de modo a comprovar alguma matéria sobre a área. Por último, o desenvolvimento e criação de uma plataforma digital que colmata com informações adicionais e reflectidas sobre a temática abordada (metodologia qualitativa intervencionista).

O processo de investigação partiu da definição da área, do tema e do tópico investigativo. A dissertação tem como tema o *Styling* Editorial em Portugal desde o 25 de Abril até à atualidade. Após a definição destes primeiros pontos essenciais, foi necessário avançar o raciocínio teórico e definir as palavras-chave específicas e as áreas de interesse que em relação com o tema principal auxiliaram a pesquisa e seleção de informação pertinentes.

Seguidamente procurou-se delimitar as questões de investigação que têm a ver com os processos evolutivos do *styling*, assim como a sua definição, com os objetos e mecanismos que ajudam à sua realização e o impacto de alguns meios de comunicação sobre o tema e os objectivos que o projeto se propõe a cumprir, tendo em conta que devem trazer algo de novo para o conhecimento do Design de Moda. Desta forma e aliando todos estes elementos foi necessário elaborar a Revisão da Literatura que completou o Estado da Arte, seguida da definição da Hipótese de Investigação, a qual deve ser validada no decorrer da mesma.

Aplicou-se uma Metodologia Não-Intervencionista, que recaiu sobre a observação, permitindo analisar livros, artigos e publicações científicas, revistas e jornais especializados, que ajudaram a contextualizar o tópico de investigação, abordando a evolução histórica desde o 25 de Abril de 1974. A metodologia permitiu ainda analisar um estudo de casos selecionados (revistas e jornais especializados na área) que serviram de suporte ao validar a hipótese. A pesquisa no que diz respeito à entrevista e inquérito serviu para a utilização de bases quantitativas numa primeira fase e numa segunda fase, com bases qualitativas de forma a validar o assunto, o panorama geral junto de várias gerações de *stylists* portugueses. Posteriormente foi necessário redigir conclusões sobre os testemunhos e confirmar a sua pertinência.

Na fase final pretende-se ainda realizar um projeto de modo a consolidar os conhecimentos aprendidos ao longo de todo o processo de investigação, tendo este a forma de plataforma digital a desenvolver que integra conteúdos associados à exploração e reflexão do *styling* como profissão, tendo como objetivo a disseminação de parte dos conteúdos da tese. Por fim, foi ainda necessário redigir as conclusões finais alcançadas, bem como as recomendações para futuras investigações e projetos na área.

## **1.6. ORGANIZAÇÃO DA DISSERTAÇÃO**

### **Capítulo 1 - Enquadramento Conceptual e Metodológico**

O primeiro capítulo engloba alguns aspetos introdutórios ao tema da dissertação e que permitiram a repartição dos processos de desenvolvimento da mesma, quer a nível da Introdução que resume a análise do tema do Styling em Portugal, a Problematização e Hipótese de investigação que assumem a ideia de objeto sobre uma problemática a resolver/analisar, consagrando seguidamente algumas questões de investigação que auxiliaram na validação da Hipótese como também alguns objectivos gerais do ponto de vista global do tema e objectivos específicos que permitiram aprofundar algumas questões pormenorizadas do Styling Editorial em Portugal. De seguida foram realizadas as Metodologias juntamente com o Desenho de Investigação que permitiu organizar o modo como se dinamizou o processamento de pesquisa, investigação, análise e conclusão da dissertação. Por fim, este capítulo ainda consagra os Benefícios e Fatores críticos de sucesso da investigação, permitindo apontar os desenvolvimentos positivos ou as falhas que se desenrolaram durante todo o processo.

### **Capítulo 2 - A Imprensa de Moda em Portugal e no Mundo**

O capítulo segundo diz respeito à pesquisa e análise do Estado da Arte que recai sobre a Imprensa de moda, sociedade e os meios de comunicação, utilizando os métodos da Revisão da Literatura relevante para o tema. Os assuntos abordados misturam-se com as primeiras revistas de moda internacionais e uma das mais importantes editoras, Condé Nast. Durante a análise, explorou-se ainda o contexto contemporâneo quer a nível das novas tecnologias e de várias revistas de moda que começaram a surgir com mais evidência, dos blogs de moda em função das revistas, da evolução dos media de moda em Portugal desde o momento em que se dá a Revolução dos Cravos – 25 de Abril de 1974, e ainda o aparecimento das revistas especializadas em Portugal e promissora plataforma ModaLisboa, contribuindo para o surgimento da indústria de moda portuguesa.

### **Capítulo 3 - Fotografia e Editorial de Moda**

O terceiro capítulo dá seguimento à análise do Estado da Arte através de assuntos ligados à Fotografia e Editorial de Moda. Assim, abordei em larga escala alguns temas que surgiram com pertinência de forma a complementar a temática abordada a nível do surgimento e relevância da fotografia de moda. Seguidamente, optei por organizar e interligar alguns dos mais importantes fotógrafos de moda quer a nível internacional como também nacional, dando destaque a nomes como Cecil Beaton, Horst P. Horst, George Hoyningen-Huene, Richard Avedon, David Bailey, Helmut Newton, Steven Meisel, Mario Testino e Juergen Teller (internacionais) e Pedro Cláudio, Inês Gonçalves, Pedro Ferreira, Mário Príncipe, Carlos Ramos e Gonçalo Claro (nacionais). Posteriormente, abordei o tema principal da dissertação em várias etapas e conteúdos. A primeira fase prendeu-se na definição da disciplina de Styling e do percurso do profissional, ou seja do stylist. Numa segunda fase explorei a sua origem primordial, a partir das primeiras editoras e redatoras de moda, dando destaque a alguns nomes como Carine Roitfeld, Emmanuelle Alt, Grace Mirabella e Anna Wintour. De seguida, foquei a abordagem nas áreas de atuação do styling de forma a perceber algumas diferenças, semelhanças e métodos de trabalho a nível do Styling editorial, comercial, still life styling e personal styling. Por fim, o destaque recaiu sobre alguns stylists da cena internacional como Grace Coddington, Karl Templer e Joe McKenna e alguns dos seus trabalhos.

### **Capítulo 4 - Os media e o Styling em Portugal**

O quarto capítulo incluiu um estudo de casos específicos (revistas e jornais especializados) mais precisamente as revistas LORENTIS (1971-1973); Modas e Bordados (1972-1982); MARIE CLAIRE PORTUGAL (1988-1991); KAPA (1990-1993); MÁXIMA (1988-1991) e (2010-2016); VOGUE PORTUGAL (2003-2016); ELLE PORTUGAL (1988-1991) e (2010-2016); EDIT MAG (2010-2016) e ainda os jornais BLITZ (1984-1990) e O INDEPENDENTE (1988-1990). Este estudo permitiu a análise de editoriais de moda ao longo das várias edições, retirando o máximo de conclusões gerais e específicas sobre

os mesmos, os elementos a eles destinados e ainda aos profissionais envolvidos. Este capítulo apresenta ainda as várias gerações de stylists portugueses, Paulo Gomes, Isabel Branco, Susana Marques Pinto, Paulo Macedo, Helena Assédio Maltez, Fernando Bastos Pereira, Filipe Carriço, Joyce Doret e João Pombeiro e alguns dos trabalhos e revistas com as quais trabalharam ao longo dos seus percursos. Finalmente, produzi cinco entrevistas semi-conduzidas com a cooperação dos stylists Paulo Gomes, Susana Marques Pinto, Paulo Macedo, Filipe Carriço e João Pombeiro, redigindo algumas conclusões acerca da disciplina do Styling em Portugal.

## **Capítulo 5 - Conclusões e Reflexões**

O capítulo quinto registei todas as conclusões que obtive com a dissertação em geral a nível de todos os assuntos abordados, permitindo redigir algumas recomendações para futuras investigações sobre o Styling Editorial em Portugal. Por fim, a dissertação culminou com o desenvolvimento de uma plataforma digital/blog como forma de disseminação com conteúdos acerca da temática abordada, algumas conclusões, informações adicionais analisadas e reflectidas sobre o Styling em Portugal.

## **1.7. BENEFÍCIOS DA INVESTIGAÇÃO**

A presente investigação sobre o *Styling* Editorial em Portugal pretende analisar o processo evolutivo, os seus princípios e raízes visto que, o tema em questão encontra-se pouco desenvolvido e explorado, verificando-se uma total ausência de estudos académicos a ele conectados, factor que reforça a sua relevância.

O mesmo constitui outro importante factor positivo que envolve o contributo para desenvolvimento do conhecimento, beneficiando a academia e a comunidade.

Por último, é de salientar os benefícios que poderão ser recolhidos para a instituição de ensino, a Faculdade de Arquitetura da Universidade de Lisboa, na disseminação da dissertação, ficando desta forma associada a uma investigação que procurou analisar profundamente uma sub-área do Design de Moda.

## **1.8. FATORES CRÍTICOS DE SUCESSO**

São vários os factores que puderam de alguma maneira influenciar quer positivamente, contribuindo para o sucesso do trabalho, quer de forma negativa, prejudicando o desenvolvimento da investigação da dissertação teórica.

O primeiro facto que importa destacar e que assegura a relevância desta investigação resulta da absoluta inexistência de estudos nesta área de Investigação.

Os factores que dificultaram o sucesso da dissertação nomeadamente o facto de existir pouca literatura específica em relação à área do *Styling* em Portugal, exiguidade de arquivos referentes a elementos essenciais do tema, como datas de ocorrências importantes, nomes de profissionais e trabalhos associados, entre outros; o tempo escasso para a realização de levantamentos e o orçamento financeiro disponível para a execução do mesmo.

No entanto, existem também factores que contribuíram para o sucesso da investigação, designadamente: a capacidade de resposta, resolução e experiência académica da autora, permitindo uma familiarização da mesma com as ações precisas para gerir e realizar uma investigação no âmbito do Design de Moda; o interesse pela área, a dedicação e o empenho demonstrado ao longo de todo o percurso académica da mestranda; o apoio do professor orientador acerca dos conteúdos e informações necessárias e ainda, o tema que dispõe de uma apropriação e pertinência favoráveis à sua investigação, visto que nunca terá sido realizada uma profunda abordagem teórica à questão, redigindo algumas conclusões.







**A IMPRENSA DE MODA EM PORTUGAL  
E NO MUNDO**

O Segundo Capítulo desta dissertação está dividido em três secções das quais a primeira analisa a importância social dos meios de comunicação na generalidade e na especificidade num contexto internacional , focando-se no surgimento das primeiras revistas de moda e na relevância da revista VOGUE, assim como às plataformas digitais de comunicação de moda. A segunda secção deste capítulo centra-se na contextualização da moda nacional, designadamente das mudanças que o 25 de Abril proporcionou ao tecido social e à afirmação da moda nacional, bem como ao aparecimento das revistas de moda, com particular enfoque nas décadas pós 1980s, refletindo igualmente na relação entre as revistas de moda e as plataformas digitais. Para terminar, na última secção analisa-se a influência da ModaLisboa no surgimento e afirmação da Indústria de Moda portuguesa.

## **2.1. A IMPRENSA DE MODA**

Antes de fazer referência às primeiras revistas de moda, parece importante salientar que a comunicação em massa tem uma relação direta com a invenção da impressora manual por Guttenberg (c. 1440), que não só proporcionou uma explosão de publicações – anteriormente impossíveis dado o tempo e o elevado custo envolvido na sua escrita manual pelos escribas especializados – como ao surgimento, desde o período Renascentista, de uma enorme quantidade de meios de informação. O aumento da literacia na generalidade da população adulta contribuiu o surgimento de embriões dos futuros jornais (denominados inicialmente por *relations* em França e Inglaterra ou *relaciones* em Espanha e mais tarde por *Gazettes*) que transmitiam ideais políticos e sociais, ameaçando a autoridade da igreja e do poder político e substituindo assim a passagem de informação boca a boca.

Estes tinham normalmente a forma de panfleto e cobriam vários tópicos, tais como guerras, assuntos militares, diplomacia, notícias da corte e mexericos. A invenção da impressora rotativa por Richard M. Hoe (USA, 1843) viria a permitir a impressão mais rápida de milhares de exemplares, catapultando o surgimento dos jornais por todo o mundo.

De acordo com o site da Biblioteca Nacional de Portugal (2017), a maioria dos jornais e revistas portugueses pertencem aos séculos XIX e XX. No entanto, o surgimento da Imprensa na Europa acontece no século XV, permitindo uma acelerada difusão da cultura e dos conhecimentos.

O aparecimento dos primeiros jornais na Europa, deve-se a um número de fatores que estiveram na base da sua afirmação como a necessidade de uma transmissão mais fluída e frequente da informação, o aumento da concentração urbana e o crescente interesse do público pela “notícia”, o aperfeiçoamento da tipografia e a melhoria das comunicações. (TENGARRINHA apud MADUREIRA, 2013)

Em Portugal, o surgimento da imprensa periódica e do jornalismo está relacionado com a história política, sendo que o primeiro jornal português surgiu impresso em Novembro de 1641, em Lisboa, num período da época das Guerras da Restauração, servindo D. João IV. Assim, este destinava-se a relatar ao público a aclamação do novo reinado e a informar regularmente o mesmo sobre os sucessos militares e outras ocorrências nacionais e internacionais. Em 1647 deixou definitivamente de ser publicado e só mais tarde, em 1705 surgiu um novo jornal oficial, chamado também *Gazeta*, tomando a designação de *Gazeta de Lisboa*, em 1715, existindo por muitos anos. (PINTO, 2009)

Mais tarde, o primeiro número do Diário de Notícias surgiu em 1864 apresentando características distintas quer pelos conteúdos noticiosos com um estilo conciso e simplificado, ou pelo aspeto visual com paginação a quatro colunas. A sua concepção era empresarial, pretendendo lucro nas vendas e também na publicidade. Assim, o jornalismo português progrediu harmonizado com o que se fazia na Europa, no século XIX, partilhando ainda do fenómeno da industrialização, massificação e profissionalização da imprensa.

Através do site da Hemeroteca Municipal de Lisboa (2016), é possível enumerar diversas publicações periódicas como Academia Portuguesa, O Académico, Contemporâneo, Diário de Lisboa, Diário da Manhã, Diário Popular, Eva, Gazeta de Lisboa, Homens & Factos do Dia, Mocidade Portuguesa Feminina, A Mulher, O Colonial, República, O Século, O Século Ilustrado, entre outras. Estas continham temas diversos quer sobre conteúdos sociais, económicos, políticos, desportivos, estilo de vida, culturais, musicais, femininos, masculinos e também de moda. Atualmente ainda são publicados periódicos como Público, Diário de Notícias, Correio da Manhã, Jornal I e Record.

Desta forma, inicialmente com base no modelo francês e depois no modelo britânico, Portugal acompanhou genericamente a evolução formal do jornalismo no ocidente, embora ao nível prático, da expressão e das matérias, esse desenvolvimento tenha sido retardado pela ditadura que reprimiu o país até a Abril de 1974. (SOUSA, 2007)

## **2.2. A SOCIEDADE E OS MEIOS DE COMUNICAÇÃO DE MODA**

Desde muito cedo sentiu-se uma necessidade de mudar radicalmente o tipo de mensagem transmitida através do processo de comunicação humana, ou seja, a tradicional via oral e escrita começou a perder ênfase em algumas circunstâncias e havia assim a carência de outro tipo de linguagem ou expressão que pudesse ser posteriormente perceptível e registada por todos os intervenientes e interessados. Esta nova expressão requeria algumas características para que fosse compreendida, entre elas, profundidade, clareza e impacto. (ESTRELA, 2011)

Qualquer iniciativa que estimulasse o indivíduo na sociedade era aceitável. O que se questionava era se todo o avanço das novas tecnologias como forma de comunicação, era capaz de contribuir de alguma forma para que o Homem se torna-se mais participante na sociedade. (idem, ibidem, 2011)

De acordo com Hall (2006), a sociedade contemporânea globalizada encontra-se adulterada e acelerada no sentido da percepção de tempo próprio, onde a tecnologia permite que a comunicação entre vários “mundos” longínquos aconteça em tempo real, realizando assim, a união entre lugares e pessoas diferentes. Destaca-se assim o papel cada vez em maior escala da influência das imagens no dia-a-dia. Estas aparecem nas campanhas publicitárias, nos outdoors e na internet e são especialmente divulgadas através de temas ou notícias de moda, em destaque no preciso momento.

O ser humano é assim, invadido por imagens que o influenciam de alguma maneira, ou seja, de forma múltipla e muitas vezes contraditória, consoante a fonte consultada ou observada. O sujeito é consumido por imagens e identidades através da moda, desejando identificar-se de algum modo com o sentimento de “pertença” a determinado grupo. (idem, ibidem, 2006)

“O grupo, a multidão ou a sociedade têm verdadeiramente uma natureza própria, que determina nos indivíduos certas maneiras de sentir, de pensar e de agir, e que esses indivíduos não teriam as mesmas tendências, nem os mesmos hábitos, nem os mesmo preconceitos se tivessem vivido no interior de outros grupos humanos.” (MAUSS, 1969 apud DUARTE, 2004, p.40)

Tudo isto, direciona-nos no sentido do consumismo e de uma pluralidade da própria identidade. Através de vários novos meios de comunicação, o ser humano assimila novas temáticas, integra novos locais, regista imagens e momentos e ainda desimpede a mente, até ali organizada e construída em função dos processos comunicativos já conhecidos, adquirindo novas práticas e novos paradigmas de vida. (HALL, 2006)

De acordo com a plataforma online Fashion as Communication (2011), o ser humano comunica também a um nível não verbal, ou seja, o vestuário reforça a ideia a transmitir em determinado momento ou situação. Durante várias épocas, as pessoas utilizaram a linguagem do vestuário para expressar emoções pessoais e elementos distintivos como a raça, etnia, classe, religião e género.

Em Portugal começaram-se a expandir as campanhas publicitárias no final dos anos setenta, mais propriamente, a partir dos anos 1976 e 1977 e pouco mais tarde começaram a consolidar-se como um sistema organizado. O país conseguiu estabilizar-se a nível político, o que permitiu uma maior segurança a vários níveis, como por exemplo: o investimento privado, a abertura progressiva aos produtos internacionais e ainda, o aumento da ajuda económica do Estado em função dos meios de comunicação e moda. (CARDIM, 2014, pp.120-125)

Desta forma, é de verificar uma notoriedade em relação à moda em Portugal nos últimos anos, ganhando uma importância singular relativamente aos meios de comunicação social, conseguindo um espaço próprio no âmbito cultural da sociedade portuguesa, tornando-se assim um objeto de poder.

## **2.2.1. AS PERCUSSORAS: GAZETTE DU BON TON E LA MODE ILLUSTRÉE**

Apesar de existir uma abundância de media e técnicas para produzir revistas de moda, os comportamentos e também as necessidades dos indivíduos permaneceram praticamente inalterados ao longo dos tempos. A forma como a moda se disseminou foi fundamentalmente a mesma - desde o lançamento do primeiro periódico de moda em 1785 com lançamento a cada duas semanas, oferecendo ao leitor a mesma função que uma revista de moda atualmente tem: “o que vestir”, mantendo ainda algum foco nos acessórios da época, estilo de vida, entre outros temas. (SINGER, 2015; BERGL, 2015)

Segundo Lyon (2016), a ideia moderna de moda começou na Europa do Renascimento, trazendo mudanças notáveis relativas aos costumes do vestuário e uma luta entre o antigo e o novo. No entanto, com o início da moda surgiram as primeiras publicações que podem ser vistas como o verdadeiro começo das modernas comunicações da moda. Essas traduziam-se em ilustrações e desenhos produzidos com o objetivo de transmitir aos mais novos as tendências de roupa, sapatos e penteados da época.

Um dos primeiros periódicos de moda inglesa foi *THE GALLERY OF FASHION*, que foi uma revista de moda publicada de 1794 a 1803. Mais tarde outras surgiram e muitas dessas revistas populares foram realizadas de alguma forma sob a direção de uma mulher, embora as mulheres não as editassem oficialmente. Algumas dessas publicações são *RECORDS OF FASHION*, *COURT ELEGANCE*, *LA BELLE ASSEMBLÉE* ou *BELL'S COURT* e *FASHIONABLE MAGAZINE*, dirigidas especialmente às senhoras. No entanto e curiosamente, a moda não era apenas um assunto feminino. Algumas revistas de moda como *GENTLEMAN'S MAGAZINE OF FASHIONS*, *FANCY COSTUMES*, *REGIMENTALS OF THE ARMY* e *SPLENDIDLY EMBELLISHED*, eram especificamente direcionadas a homens. Desta forma a moda estava ilustrada com alto impacto na cultura como um todo, em vez de se direcionar apenas a um gênero particular. (idem, ibidem, 2016)



De acordo com Ginsberg (2017), as revistas de moda são um componente essencial da indústria da moda. Elas são o meio que conduz e divulga a visão do projeto para o eventual comprador. A harmonia das prioridades comandou à multiplicidade do mercado periódico moderno. A notícia de moda de Paris era mais facilmente acessível nas revistas da sociedade de grande formato, nos jornais semanais ilustrados e no *LA MODE ILLUSTRÉE* (1860-1914), (ver fig.2-3) de que havia uma edição em inglês.



**Fig. 2 -** Ilustração “Robe de petit diner”, La Mode Illustrée, Première Édition, N° 50.



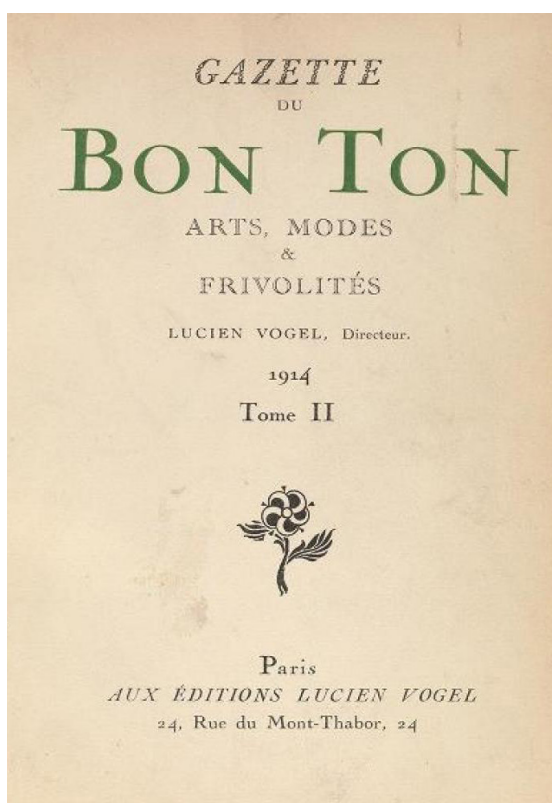
**Fig. 3 -** Ilustração “Toilettes de M. Breant-Castel, 28, Rue Nve des Pts. Champs”, La Mode Illustrée, N° 21.

Oreskovich (2016) afirma que no início do século XX eram de difícil acesso as publicações e notícias de moda que sucediam em torno das pessoas, isto porque não beneficiavam de Internet para auxiliar a descoberta das últimas tendências; não havia fotografias de celebridades a vestir as peças dos designers, nem haviam muitas revistas de moda para venda local.

Considerada uma publicação elitista, visando a classe alta de Paris, a *GAZETTE DU BON TON* - traduzida para *THE JOURNAL OF GOOD TASTE* - foi uma revista francesa



exclusiva fundada por Lucien Vogel que destacou as conexões entre moda, beleza, arte e estilo de vida. A *GAZETTE DU BON TON* (ver fig.4) foi uma revista de moda líder publicada entre 1912 e 1925 que exponha os leitores, a vida da classe alta em Paris, fazendo referência às atividades de lazer, maneiras e aos ambientes sociais. A revista assinou contratos exclusivos com sete das melhores casas de Alta Costura de Paris - Cheruit, Doeuillet, Doucet, Paquin, Poiret, Redfern e Worth - de forma a que as coleções e peças dos designers fossem exibidas apenas nas páginas da *Gazette*. A assinatura anual era de 100 francos, o equivalente a mais de 400 dólares atualmente, ou seja a mais ou menos 340 euros. (ORESKOVICH, 2016)



**Fig. 4** - Capa da Gazette du Bon Ton - Arts, Modes & Frivolités de Lucien Vogel, 1914.



**Fig. 5** - Ilustração "Des Roses Dans La Nuit", Gazette du Bon Ton, N° 7, 1921.

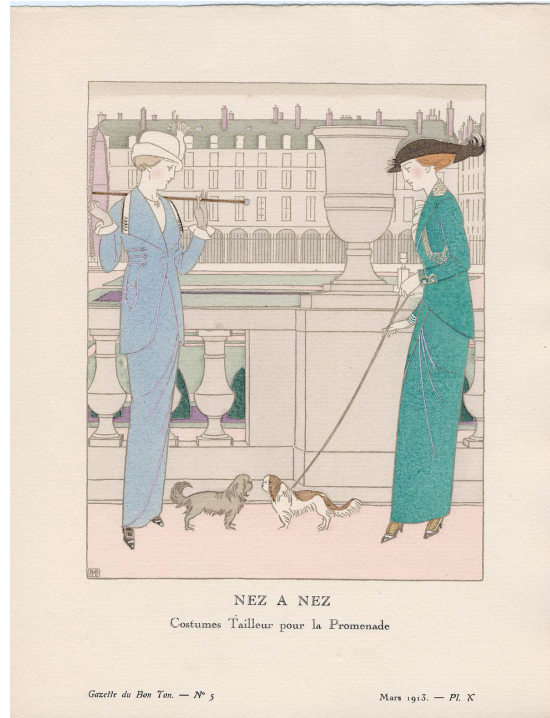
Em conformidade com Artstor Digital Library (2017), a *Gazette du Bon Ton* relatou desenvolvimentos contemporâneos na moda, estilo de vida e beleza e ilustração de moda (ver fig.5) avançada para um novo nível de refinamento e sofisticação. A característica mais distintiva da revista foi as suas ilustrações.

Em cada uma das 70 publicações, sete das dez impressões não vinculadas representavam os mais recentes projetos de alta costura das melhores casas de moda parisienses. Além disso, três impressões em cada edição apresentaram desenhos totalmente fantasiosos concebidos pelos ilustradores, nos quais ambos interpretaram e comentaram os estilos mais recentes e a vida daqueles que os usavam. As publicações continham impressões de qualidade que foram litografadas sendo produzidas por artistas e ilustradores de renome como Georges Lepape, Pierre Brissaud, Georges Barbier e Bernard Boutet de Monvel (ver fig.6-7). Nas mesmas foi utilizado um processo de tintura detalhado chamado *pouchoir*.

Como tal, as ilustrações da *GAZETTE DU BON TON* são um registo visual único de moda e alta sociedade na França do início do século XX, desde os últimos anos da Belle Epoque até o início da era Art Deco. (idem, ibidem, 2017)



**Fig. 6** - Il a Été Primé – Ilustração de Francisco Javier Gosé,” Gazette du Bon Ton, Volume 1 No. 3, Março 1914 © Museum of Fine Arts Boston.



**Fig. 7** - “Nez a Nez - Costumes Tailleur pour la Promenade,” - Ilustração por Bernard Boutet de Monvel Gazette du Bon Ton, Volume 1, No. 5., Março 1913 © Museum of Fine Arts Boston.



## 2.2.2. A REVISTA VOGUE E A EDITORA CONDÉ NAST

A revista VOGUE é uma influente revista americana de moda e *lifestyle*, tendo em 2016 comemorado 125 anos. Foi fundada em 1892 por Arthur Baldwin Turnure, um formador da Universidade de Princeton e um co-fundador do Grolier Club (uma sociedade de bibliófilos - arte de colecionar livros tendo em vista circunstâncias relativas à publicação dos mesmos - da cidade de Nova Iorque), como um jornal semanal da alta sociedade abrangendo notícias do panorama social local, etiqueta e tradições da alta sociedade. (BORRELLI-PERSSON, 2017)

Segundo Fisher (2015), a primeira edição da Vogue, publicada em 1892, apresenta “A Debutante” na capa (ver fig.8-9), destacando os objetivos de Turnure de atrair a sociedade mais rica da Nova Iorque.

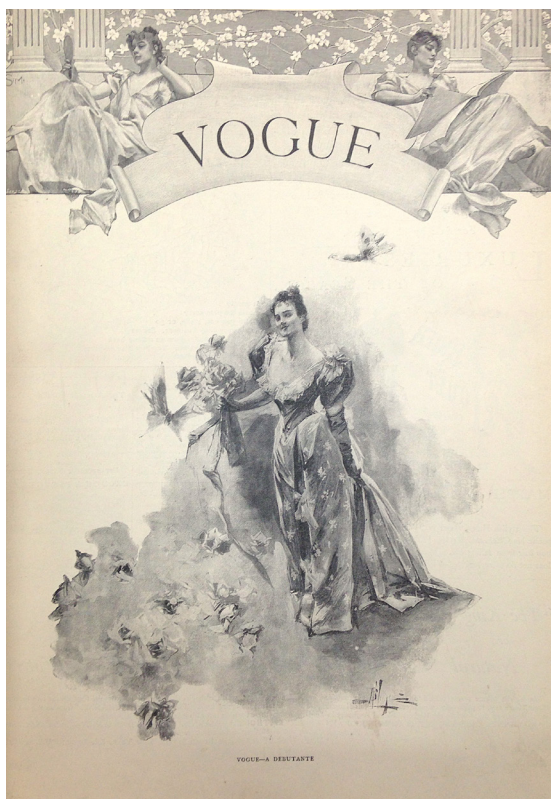


Fig. 8 - Capa da 1ª edição da Vogue, “A Debutante”. Dezembro, 1892.



Fig. 9 - Capa da revista Vogue, Novembro de 1902.





**Fig. 10** - Capa da revista Vogue, Ilustração de The Kinneys, Junho de 1910 © Condé Nast.



**Fig. 11** - Capa da revista Vogue, Ilustração de Helen Dryden, Novembro de 1920 © Condé Nast.



**Fig. 12** - Capa da revista Vogue, Ilustração de Eduardo Garcia Benito, Fevereiro de 1928 © Condé Nast.



**Fig. 13** - Capa da revista Vogue, Ilustração de Pierre Mourgue, Março de 1929 © Condé Nast.



Apesar de atualmente ser uma revista predominantemente feminina, os primeiros tempos da Vogue incluíam conteúdos de desportos e matérias sociais para atingir um público masculino (ver fig.10-13).

Segundo Encyclopaedia Britannica (2017), Condé Montrose Nast, fundador da Condé Nast Publications, comprou a Vogue em 1909 (ver fig.14) e transformou-a numa revista de moda feminina focada nos temas da beleza, etiqueta e comportamento/postura.

De acordo com o site da Condé Nast (2017), desde cedo, a revista tornou-se conhecida pelas suas fotografias distintivas e pela alta qualidade editorial. Foram contratados os melhores ilustradores e fotógrafos, que produziram capas para a revista consistentemente sofisticadas e ocasionalmente revolucionárias. Em 1923, Edward Steichen torna-se chefe de fotografia e seguidamente, em 1932 a Vogue publica a sua primeira capa fotográfica colorida (ver fig.15), juntando desde então, os melhores fotógrafos do mundo - Cecil Beaton, Irving Penn, Hoyninguen-Huene, Louise Dahl-Wolfe, Guy Burdin, Richard Avedon, Norman Parkinson, Helmut Newton, Herb Ritts, e Peter Lindberg, entre outros – que se tornaram colaboradores da Vogue (ver fig.16-17).



**Fig. 14** - Condé Montrose Nast, fundador da Condé Nast Publications, comprou a Vogue em 1909.



**Fig. 15** - A primeira capa fotográfica colorida da Vogue, Julho, 1932.

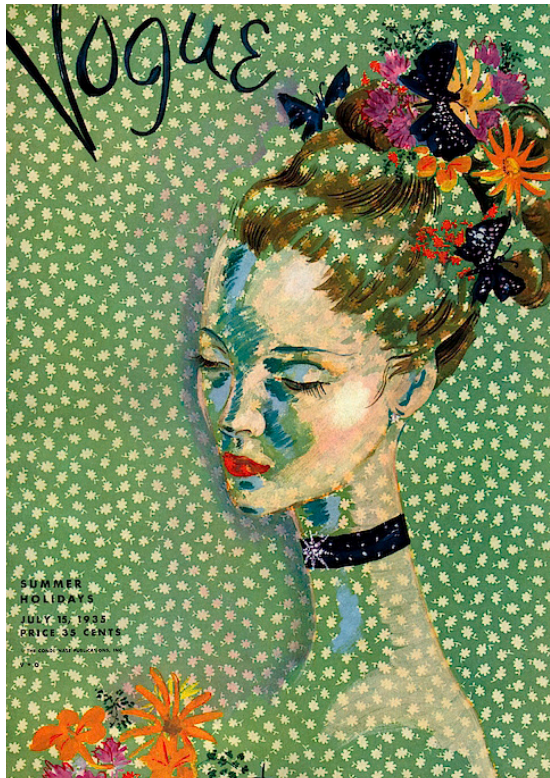


Fig. 16 - Capa da revista Vogue, Ilustração de Cecil Beaton, Julho de 1935 © Condé Nast.



Fig. 17 - Capa da revista Vogue, Ilustração de Christian Berard, Outubro de 1937 © Condé Nast.

Ainda de acordo com o site da Condé Nast (2017), é uma empresa de media de primeira linhagem, conhecida pela produção de conteúdo de alta qualidade para o público mais influente do mundo. Atraindo mais de 100 milhões de consumidores nas suas marcas líderes de impressão, digitais e de vídeo, o portfólio da empresa inclui alguns dos títulos mais emblemáticos da media: *VOGUE*, *VANITY FAIR*, *GLAMOUR*, *BRIDES*, *SELF*, *GQ*, *GQ STYLE*, *THE NEW YORKER CONDÉ NAST TRAVELER*, *ALLURE*, *AD*, *BON APPÉTIT*, *EPICURIOUS*, *WIRED*, *W*, *GOLF DIGEST*, *GOLF WORLD*, *TEEN VOGUE*, *ARS TECHNICA*, *THE SCENE*, *PITCHFORK* e *BACKCHANNEL*. A nova divisão da empresa, Condé Nast Entertainment, foi lançada em 2011 para desenvolver filmes, televisão e programação de vídeos digitais premium.

Fisher (2015) defende que à medida que a popularidade das ilustrações de moda diminuiu, a Vogue ajudou a iniciar o aumento de capas fotográficas em vez de ilustradas.



As capas fotográficas com o icônico título da Vogue são agora reconhecidas em todo o mundo e os melhores fotógrafos de moda lutam incessantemente para poder trabalhar para a ilustre revista (ver fig.18).

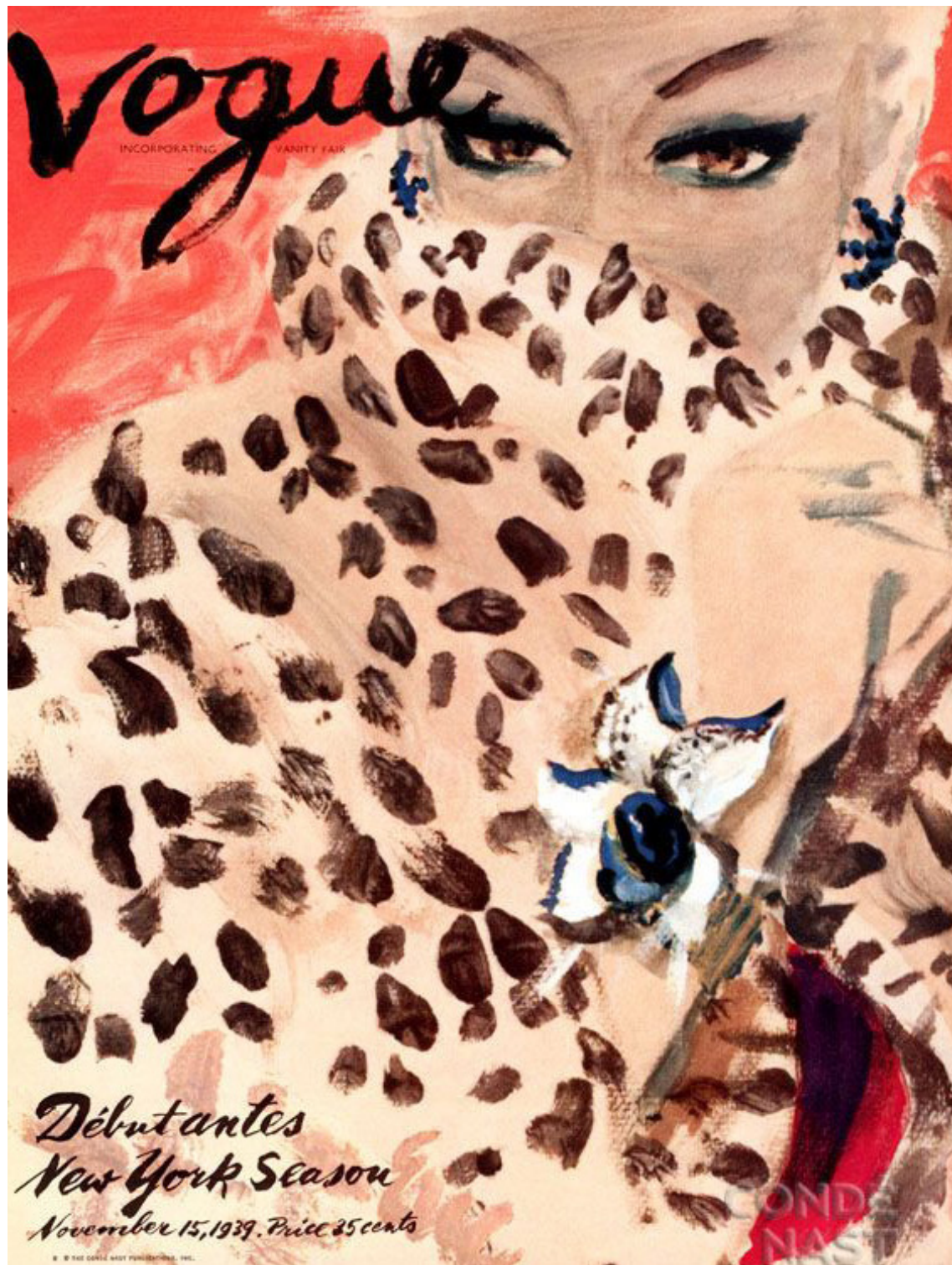


Fig. 18 - Capa da revista VOGUE, Novembro de 1939, Ilustração de Carl Oscar August Erickson © Condé Nast.



Fig. 19 - Capa da revista VOGUE, Junho de 1940, Fotografia de Horst P. Horst © Condé Nast.

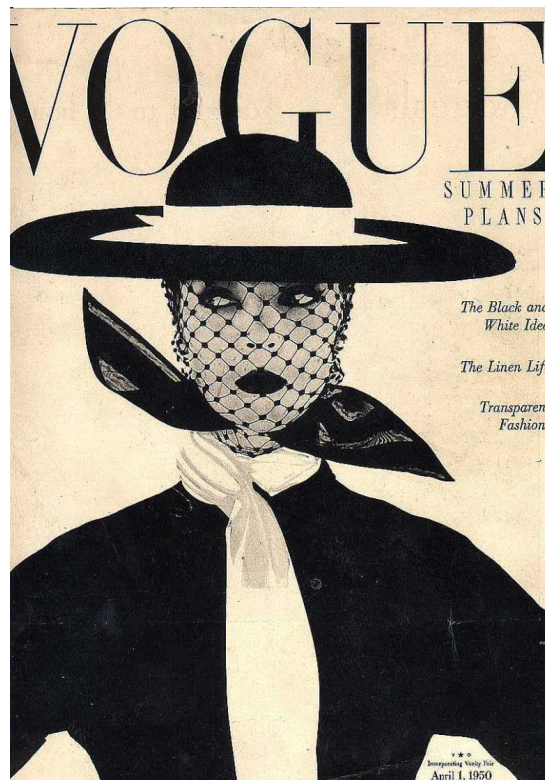


Fig. 20 - Capas da revista VOGUE, Abril de 1950, Fotografia de Horst P. Horst © Condé Nast.

Segundo Encyclopaedia Britannica (2017), na década de 1960, a revista redefiniu a aparência de modelos femininos, evitando figuras muito contornadas para destacar físicos finos e neutros em relação ao gênero. A capa Vogue de Agosto de 1974 foi a primeira a conceber um modelo afro-americano.

*“Vogue has always been more than just a magazine: it’s a history, a way of life, a state of mind. These are the people, the places, the clothes, the ideas, that have formed it throughout the century (...).”<sup>1</sup>*  
(DERRICK apud FISHER, 2015)

<sup>1</sup> T.L: “A Vogue sempre foi mais do que apenas uma revista: é uma história, um modo de vida, um estado de espírito. São as pessoas, os lugares, as roupas, as ideias que a formaram ao longo do século...” - Robin Derrick, diretor de arte da Vogue Britânica. (DERRICK apud FISHER, 2015)



Depois da sua primeira capa em Fevereiro de 1961, David Bailey fotografou 29 capas da Vogue na história da revista e inclui a capa icónica com Donyale Luna, a primeira de origem étnica a estar na capa da Vogue. Outros fotógrafos famosos como Patrick Demarchelier e Mario Testino também assinaram uma série de capas para a revista. O último deu nome à fotografia da princesa Diana que apareceu na edição do memorial após a sua morte. (FISHER, 2015)

Os modelos também agregam um papel importante na história da revista. A nomeação de Diana Vreeland como editora-chefe na década de 1960 ajudou a alimentar os “modelos da época” que tinham maioritariamente como objectivo integrar uma capa da Vogue. Desta forma, Vreeland começou a concentrar-se mais na moda contemporânea e a escrever sobre a “revolução sexual” dos anos 60, dedicando a Vogue capas para nomes como Verushka von Lehndorff, Jean Shrimpton, Twiggy e Suzy Parker, transformando-os em ícones da década (ver fig.21). (idem, ibidem, 2015)



**Fig. 21** - Fotografia de Franco Rubartelli com a manequim Verushka von Lehndorff, com direção de Diana Vreeland.



Fig. 22 - Capa da revista VOGUE, Abril de 1967, Fotografia de Eleanor Dwight. Com direção de Diana Vreeland.



Fig. 23 - Diana Vreeland, Dovima no centro da fotografia e o fotógrafo Richard Avedon, 1955.

Ao longo dos seus longos anos de impressão, alguns títulos e capas serviram como selo de aprovação para a moda e para a fama, com modelos e estrelas de cinema (e, ocasionalmente, homens) a posar para os mais famosos fotógrafos do mundo. Enquanto os tempos de renovação ditaram uma mudança na filosofia, em particular um afastamento das supermodelos da Vogue em função de atrizes de cinema e celebridades - a habilidade resplandecente de balançar a intenção cultural permanece íntegra. (OLOIZIA, 2014)

De acordo com o site da Condé Nast (2017), em 1988, Anna Wintour tornou-se editora da VOGUE e imediatamente transformou as capas da revista apresentando imagens de tamanho completo e enfatizando o corpo da mulher (ver fig.24), contrariamente apenas ao rosto usado por norma em covers. Além destas mudanças, Anna realça as atrizes de *Hollywood* para ampliar o alcance da revista, em oposição aos modelos de moda tradicionais, provocando uma tendência internacional.



O seu talento, vontade e eficiência, refletidos no filme “*The Devil Wears Prada*”, finalmente transformaram a Vogue na revista de moda número 1 do mundo, não apenas por refletir as tendências da moda, mas efetivamente por conseguir molda-las.



Fig. 24 - A primeira capa de Anna Wintour apresenta a modelo israelita Michaela Bercu de jeans. Novembro, 1988.

A editora queria concentrar-se na moda acessível a todos e continuou a ampliar o alcance da Vogue, com covers de celebridades (ver fig.25), artigos interessantes e as últimas tendências da moda. Wintour também começou a realizar TEEN VOGUE em 2003, e MEN'S VOGUE de 2005 a 2008, nos Estados Unidos. Em 2003, ela e em concordância com *Council of Fashion Designers of America* (CFDA) inauguraram em conjunto o *CFDA/ Vogue Fashion Fund*, que ofereceu suporte financeiro e assessoria de negócios para a próxima geração de designers americanos e ainda, financiamento para um programa de bolsas de estudo italiano de modo a desenvolver a próxima geração das comunidades artísticas da Itália. (FISHER, 2015)

Em 2009, o filme/documentário *The September Issue* - que relatou a produção da edição recorde de 840 páginas de Setembro de 2007 da revista (ver fig.26) - foi aclamado pela crítica.



Fig. 25 - Capa da revista VOGUE, Novembro de 1990. Fotografia por Patrick Demarchelier © Condé Nast.



Fig. 26 - Capa da revista VOGUE, Setembro de 2007. Sienna Miller fotografada por Mario Testino.



Mais tarde, naquele ano, a VOGUE lançou *Vogue Fashion's Night Out*, uma iniciativa global que incentiva as pessoas a patrocinar designers internacionais e retalhistas durante a crise financeira global que passou entretanto a ter regularidade anual, tornando-se o maior evento de compras da história. Desta forma, aproveitou o sucesso internacional com edições especiais publicadas em todo o mundo. Considerada uma das revistas de moda mais proeminentes do mundo, influenciou fortemente o desenvolvimento da indústria de revistas de moda e continua a moldar as tendências da moda moderna (ver fig.27-28). Em 2009, *The New York Times* batizou a VOGUE como a “Bíblia da alta moda”. (Encyclopaedia Britannica, 2017)



Fig. 27 - Capa da revista VOGUE, Março de 2009. Fotografia por Annie Leibovitz.



Fig. 28 - Capa da revista VOGUE, Março de 2011. Fotografia por Mario Testino.

A última edição da revista Vogue Portugal pelo grupo Cofina Media vai estar disponível em Agosto, apresentando aos leitores o número de Setembro. De acordo com a revista online Marketeer (2017), o grupo transmite que o fim da publicação emerge “no âmbito da reorganização que está a levar a cabo”. Em comunicado, o grupo lembra que editou a revista no país desde 2002, ou seja ao longo de quinze anos, num acordo de licença com a Condé Nast Publications.

Em Portugal, a Condé Nast estabeleceu novo contrato de licenciamento com Lighthouse Publishing, que passa a publicar as revistas Vogue e GQ, dois dos títulos de moda mais conhecidos da empresa.

Karina Dobrotvorskaya, Presidente e Diretora Editorial de New Markets & Brand Development Condé Nast International afirma á GQ Portugal (2017),

*“We are delighted to confirm Lighthouse will publish Vogue in Portugal as our new licence partner for the fashion bible. An energetic, talented and dynamic team, they have proven creativity and business abilities across multiple platforms as evidenced with excellent GQ Portugal, which they have successfully published under licence agreement with us. Lighthouse will now bring this freshness and dynamism to the Condé Nast flagship brand.”<sup>2</sup>*

De acordo com o site da GQ Portugal (2017), a partir de Setembro, a editora Lighthouse Publishing, liderada por José Santana e Sofia Lucas, passa a representar a revista Vogue Portugal, título que pertence a Condé Nast International, a nível internacional.

---

<sup>2</sup> T.L: “Estamos encantados por confirmar que a Lighthouse passará a publicar a Vogue em Portugal enquanto nossa parceira para a Bíblia da Moda. Uma equipa dinâmica, talentosa e enérgica, que tem provado as suas capacidades de negócio e criatividade de forma transversal em múltiplas plataformas. A confirmação é dada por uma excelente GQ Portugal, cuja publicação tem sido um sucesso. A Lighthouse trará agora essa frescura e dinamismo à marca flagship da Condé Nast.”

## **2.3. O CONTEXTO CONTEMPORÂNEO:**

### **2.3.1. O BOOM DAS REVISTAS DE MODA E AS NOVAS TECNOLOGIAS**

Ao longo do século XIX, a ideia de jornais e revistas tornou-se mais comum e os periódicos de moda feminina começaram a dominar dentro da sociedade. Alguns avanços na tecnologia significaram que as revistas e os livros se difundiram rapidamente em número e seleção. Os periódicos femininos eram um negócio lucrativo como indústria e em crescimento no século XIX, sendo que em meados do século, a produção em massa aumentou o número de revistas impressas e iniciou o surgimento de revistas especializadas. Algumas dessas revistas especializadas continham informações sobre culinária e tarefas domésticas tradicionais, enquanto outras eram centradas na religião, na educação e na igualdade. As revistas em geral, que incluíam poesia, prosa, temas domésticos e moda, eram muito populares. (LYON, 2016)

A fotografia de moda atualmente é regular no que diz respeito à composição das revistas. No entanto, nos primeiros séculos de existência das mesmas havia apenas ilustrações. Os artistas têm assim a responsabilidade de transparecer para o papel a moda da época, muitas vezes remetendo para a abstração da realidade e enfatizando certos pormenores. Os ilustradores chegavam algumas vezes a transformar a imagem numa caricatura, sendo muitas das vezes quase satíricos. Assim, a fotografia harmoniza a realidade e a ilustração é uma interpretação do artista.

No início dos anos 1900, as revistas de moda feminina passaram de ilustrações de moda para fotografias. O início do século XX inaugurou uma Era de excesso, que se refletiu nas páginas brilhantes de muitas revistas de moda em todo o mundo. Com o virar do século XX, as mulheres emergiram da casa e tornaram-se uma parte crescente da força de trabalho. Em 1900, as revistas de moda começaram a publicar fotografia e depois a ilustração da moda pelos mais modernos artistas visuais, consolidando para sempre a ideia de que a moda é uma forma de arte - e as páginas brilhantes de revistas de moda, os seus catálogos. (SINGER, 2015; LYON, 2016; RITCHIE, 2012)

Segundo Lyon (2016), durante as décadas de 1940 e 1950, o jornalismo de moda continuou a ser um relatório bastante definhado e sério para o público. Os conteúdos recaíam em detalhes como comprimentos de vestido e saia, cortes de casacos e tipos de tecido, proporcionando uma notícia cansativa e difícil em vez de utilizar um estilo criativo e divertido. Algumas revistas como HARPER'S BAZAAR e VOGUE, que começaram nos finais do século XIX, continuaram a desempenhar um papel importante no jornalismo de moda.

A maioria das novidades da moda e do jornalismo foi focada em Nova Iorque, mas os editores de moda de vários jornais, incluindo CHICAGO TRIBUNE e BUFFALO NEWS decidiram que as novidades da moda sazonais deveriam ser trazidas para os seus leitores. Em 1956, estes e outros jornais começaram a relatar as tendências de moda de cada estação, para que estivessem disponíveis para o consumidor. A abordagem de relatório foi semelhante à forma como as notícias desportivas são relatadas. Durante a década de 1960 e 1970, revistas como VOGUE (ver fig.29), HARPER'S BAZAAR, COSMOPOLITAN e SEVENTEEN podem ser encontradas em bancas de jornais e compradas através de inscrições. A impressão ainda era o principal meio de relatórios de moda. (idem, ibidem, 2016)

**Fig. 29** - Capa da revista Vogue, Fevereiro, 1964, Fotografia de Bert Stern.







Fig. 30 - Capa da revista Vogue, Janeiro, 1976, Fotografia de Arthur Elgort.



Fig. 31 - Capa da revista Harper's Bazaar, por Richard Avedon, 1965.

Na década de 80, o jornalismo de moda invadiu a televisão. Até então, a moda não era considerada um tema específico de discussão em programas de televisão, tendo revolucionado as ideias utilizadas através de shows e programas/canais como por exemplo, *Entertainment Tonight* (1981), *Access Hollywood* e ainda *Fashion Tv* (1997).

De acordo com Lyon (2016), o aparecimento da Internet, no início da década de 90, assinalou uma transformação para muitos aspectos da vida, inclusivamente para o jornalismo de moda. O facto de existir a possibilidade dos indivíduos poderem ter a sua opinião e expor sobre a mesma numa plataforma para que todos pudessem considerá-la e examiná-la de forma gratuita a maior parte das vezes, revolucionou a época. Com esta revolução, as publicações tradicionais da moda também se voltaram para a Internet, colocando alguns ou praticamente todos os seus conteúdos no domínio público. Na década de 2000 apenas as assinaturas digitais estavam disponíveis. Atualmente está a voltar-se a um momento em que as imagens prevalecem com mais força do que as palavras. O Instagram, o Twitter e outros meios de comunicação social colocam as

fotografias em primeiro e em segundo plano e à medida que a comunicação no mundo cresce e se modifica, também o jornalismo de moda acompanha o que se encontra em evolução, ditando assim as novidades futuras.

No entanto, Ritchie (2012) afirma que antes da influência da televisão e muito menos dos *blogs* e das media sociais, as revistas de moda eram os únicos responsáveis pela divulgação das tendências da moda parisiense em todo o mundo. Tanto a revista HARPER'S BAZAAR, fundado nos EUA em 1867, e a revista VOGUE, em 1892, foram criadas para fornecer esboços e padrões de moda derivados dos projetos de Paris. Com as novas tecnologias e as novas técnicas de produção e visualização de revistas, alguns entendidos anteciparam a morte das revistas, assim como presumiram a morte dos jornais na década de 90. No entanto, nem os jornais acabaram, nem mesmo as revistas, apesar de um assinalável decréscimo de publicidade, a que apenas a VOGUE parece imune.

As revistas impressas independentemente das edições online sobreviveram. Estas caíram em número mas não desapareceram porque moldam as vidas das pessoas, dizem o que usar em qualquer ocasião, o que comer, o que pensar sobre si mesmos e o mundo que os rodeia. Embora esta seja a Era da Internet, existe muitos indivíduos que continuam a desfrutar das revistas impressas, a admirar as suas páginas e os editoriais. (NIKOLA, 2013)

A cobertura da Vogue é global no início dos anos 2000. Até à sua morte em 1942, Condé Nast manteve um controle meticuloso da qualidade e do serviço que ele acreditava ser devido aos seus leitores. Os arquivos da Vogue fornecem informações sobre o gerenciamento da publicação de moda de qualidade num mundo do século XX. Os contribuintes, editores, designers, fotógrafos e artistas que enriqueceram as páginas da Vogue ao longo dos anos adicionam outra camada essencial de informações. (Condé Nast, 2017)

### 2.3.2. REVISTAS DE MODA / BLOGS DE MODA – QUE FUTURO?

De acordo com Mcassey & Buckley (2011, p.73), a internet deu origem ao *boom* da auto-publicação. Os *blogs* de moda permitem a todos expressar uma opinião acerca de vários temas. Os *bloggers*, responsáveis pelas publicações nas suas plataformas, muitas vezes utilizam o blog como um diário para destacar os seus próprios interesses e pesquisa para ilustrar o seu senso pessoal de *styling*, carregando imagens de si mesmos e interagindo com outros utilizadores dentro de uma comunidade.

Frequentemente, os *bloggers* postam novas atualizações e publicações tornando os seus sites fontes ideais para as relações com o público. Desta forma conseguem alcançar uma indústria em que os produtos e as jogadas de *branding/marketing* estão a mudar e renovar-se de forma consideravelmente rápida. (KIM & PARK, 2010)

De acordo com PR Newswire (2012),

*“Style bloggers have gathered high profiles within the fashion world; many invited by fashion houses and designers to attend events, launches and shows as an influential presence. Responsible for communicating the ins and outs of an ever innovating industry, they play a vital role alongside designers, stylists and fashion journalists in shaping tastes and ideas.” (New look and company collaboration)<sup>3</sup>*

---

<sup>3</sup> T.L: “No mundo da moda, muitos bloggers são convidados por marcas e designers para comparecerem em eventos, lançamentos e espectáculos de forma a serem uma influência para o público. Responsáveis por comunicar os “ins” e “outs” de uma indústria que está sempre a inovar, estes desempenham um papel vital em moldar o gosto e as ideias, juntamente com designers, *stylists* e jornalistas de moda.” (New look and company collaboration, 2012).

Nos últimos anos tem-se verificado um número crescente de blogs dentro da área da moda e beleza e ano após ano têm vindo a conseguir reunir um considerável número de seguidores, bem como realizar diversas parcerias com marcas. Ao longo da última década, alguns *bloggers* e editores independentes tornaram-se uma força real na indústria da moda - conseguindo grandes campanhas e colaborações com marcas, transformando os seus blogs em negócios multimilionários. Desta forma, atualmente surge o com mais evidência o termo *digital influencers*, que está a afirmar-se e a mudar alguns paradigmas na publicidade e publicação de moda. Entre os *bloggers* e *influencers* estrangeiros mais populares e conceituados estão Chiara Ferragni, Aimee Song, Wendy Nguyen, Kristina Bazan e Julie Sariñana. (SHERMAN, 2015)

Em Portugal os nomes que sobressaem no panorama da moda são o de Raquel Strada (Blue Ginger), Cristina Ferreira (Daily Cristina), Ana Gomes (A Melhor Amiga da Barbie) e Ana Garcia Martins (A Pipoca Mais Doce).

Contudo, ainda existem alguns cépticos no que diz respeito aos blogs e ao seu poder enquanto meio de comunicação, uma vez que os mesmos são editados por pessoas individuais que podem não ser especializadas na área. (CASTILHO, 2013, pp.64-65)

*“Fashion has now entered virtual words, and virtual fashion has not received the attention it probably deserves as a hotspot for identity, amateur multimedia, and the social construction of cultural values in virtual words.” (BARDZELL, 2012 apud CASTILHO 2013).*

Ou seja, os críticos referem-se ao facto da moda ter entrado no mundo virtual, não tendo recebido a atenção que merecia. Os *bloggers* focam-se neles próprios e nos diversos itens de moda e não propriamente no que é realmente relevante na indústria da moda.

Serão os ***blogs*** os novos aliados no que diz respeito ao crescimento das marcas, ou serão estes considerados os novos editores de moda, os ***stylists*** das suas próprias combinações?

É justamente com esta influência que as marcas de *prêt-à-porter* têm a ganhar com a sua aposta em *bloggers* de moda. Usualmente as marcas enviam roupa gratuita aos *bloggers* para que estes se fotografem com as peças e as divulguem nos seus *blogs*. Além de ser uma colaboração muito positiva para a marca a nível financeiro, é também benéfico para mostrar as peças de roupa aos leitores e incentivá-los a comprar de uma forma indireta. Atualmente a maioria das publicações impressas têm sites associados que oferecem projetos que a impressão não pode acomodar, como som e imagem em movimento. As publicações da Internet neste exemplo podem mostrar uma entrevista, ou um vídeo e músicas. (MCASSEY & BUCKLEY, 2011, pp.72-73)

O que acontecerá às revistas impressas daqui a duas décadas? O imediatismo do mundo ***online*** desafiará os prazos mais longos envolvidos na publicação de revistas mensais? As redes sociais e as plataformas online irão arruinar as tecnologias mais antigas?

De acordo com Hoang (2016), a revista de moda independente I-D, fundada em 1980 pelo diretor de arte, Terry Jones, reduziu o número de publicações por ano, as receitas e por isso mesmo, os lucros.

Os comerciantes estão a cortar os orçamentos de publicidade, o que acontece devido à atual crise económica que contribui drasticamente para o problema. Os leitores estão a deixar-se invadir pelo online, onde a informação é abundante e compartilhada de forma livre. A internet transforma assim, o modo como o conteúdo é criado e consumido. (idem, ibidem, 2016)

Ninguém sabe realmente quais são os novos formatos para contar histórias, de modo a capturar o imaginário colectivo dos editores e leitores. O aumento da concorrência no mercado da publicidade, não só depende de suplementos de jornais mas também, e mais significativamente das plataformas online como o *Instagram* e *Snapchat*. As revistas de moda têm de confiar fortemente no conteúdo patrocinado e nos eventos de consumo para impulsionar as receitas e até mesmo os custos recorrendo às publicações impressas tradicionais, de maneira a manter esta fonte ativa e confiante, capaz de corresponder e cativar os novos consumidores. (KANSARA, 2009; HOANG, 2016)

## **2.4. CONTEXTUALIZAÇÃO DA EVOLUÇÃO DOS MEDIA DE MODA EM PORTUGAL**

### **2.4.1. A REVOLUÇÃO DE ABRIL E O SEU CONTRIBUTO PARA O SURGIMENTO E AFIRMAÇÃO DA MODA EM PORTUGAL**

A crise do período pós Primeira Guerra Mundial deu origem ao aparecimento de adeptos de ideologias totalitárias. O programa fascista contava com membros de todas as classes sociais de quase todos os países da Europa. Este propunha uma nova doutrina social, política e económica no entanto, sem respeito pelos direitos individuais dos cidadãos sacrificados ao interesse maior da nação, defendendo a diferenciação de raças superiores e inferiores, aludindo assim ao racismo. (MONTEIRO, 2014)

Em Itália, o país atravessava uma crise económica e social e o fascismo chegou ao poder através do Partido Nacional Fascista, liderado por Benito Mussoli (ver fig.32) em 1922. Dez anos mais tarde, confrontada com problemas de desemprego e inflação foi a vez da Alemanha, onde se formou o Partido Nacional Socialista Alemão, liderado por Adolf Hitler (ver fig.33) sob a forma de nazismo. Em Portugal, Salazar governava segundo um regime ditatorial anticomunista (ver fig.34). O fascismo salazarista não se caracterizou somente pelos métodos de terror, repressão e cinismo de crueldade gratuita dos servidores do “Estado Novo”. Tinham como objectivo principal permitir a aplicação de uma política que atingia cruelmente a esmagadora maioria do povo português, e só pelo terror podia ser imposta (ver fig.35). (MONTEIRO, 2014; SANTOS, 2007)

Durante a década de 50 era cada vez maior a censura de forma geral, desde a classe artística à literária, ou seja os filmes, as letras das canções, os livros, entre outros. A ditadura fascista em Portugal fechava gradualmente o país ao exterior e a moda continuava a ser influenciada pelas ideias parisienses através das toiles que eram copiadas em Portugal.





Fig. 32 - Benito Mussoli líder do Partido Nacional Fascista, 1922.

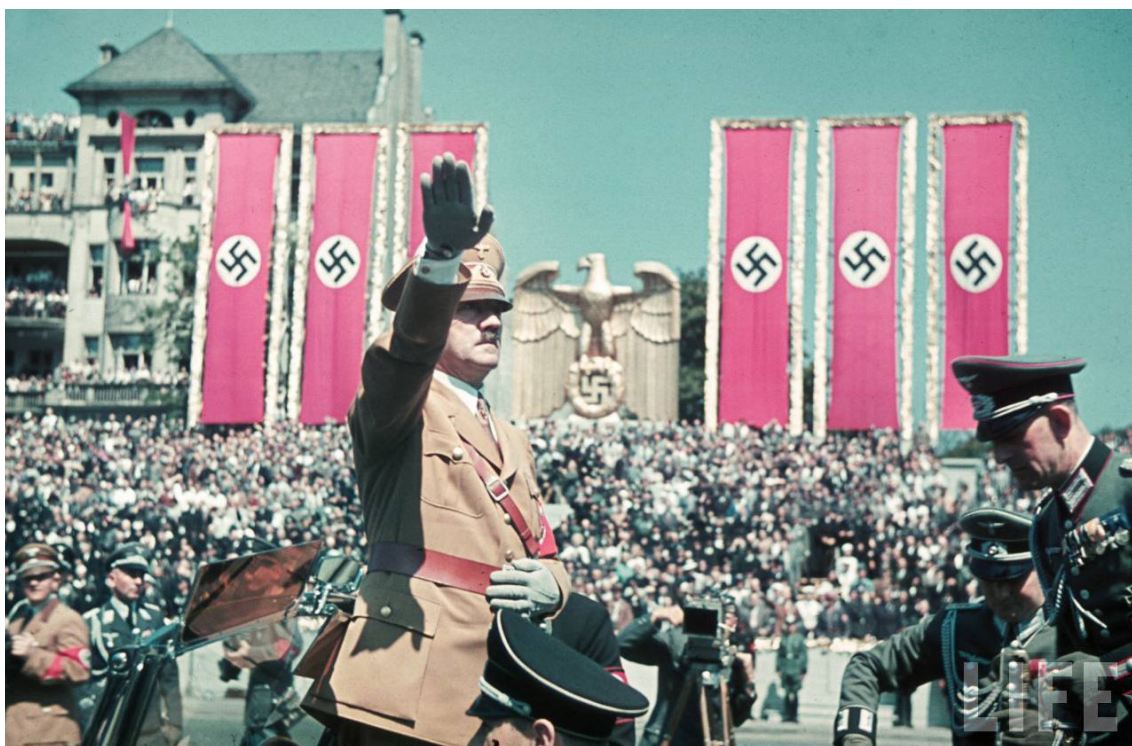


Fig. 33 - Adolf Hitler líder do Partido Nacional Socialista Alemão, nazismo.





**Fig. 34** - Oliveira Salazar líder do regime ditatorial anti-comunista, fascismo salazarista.



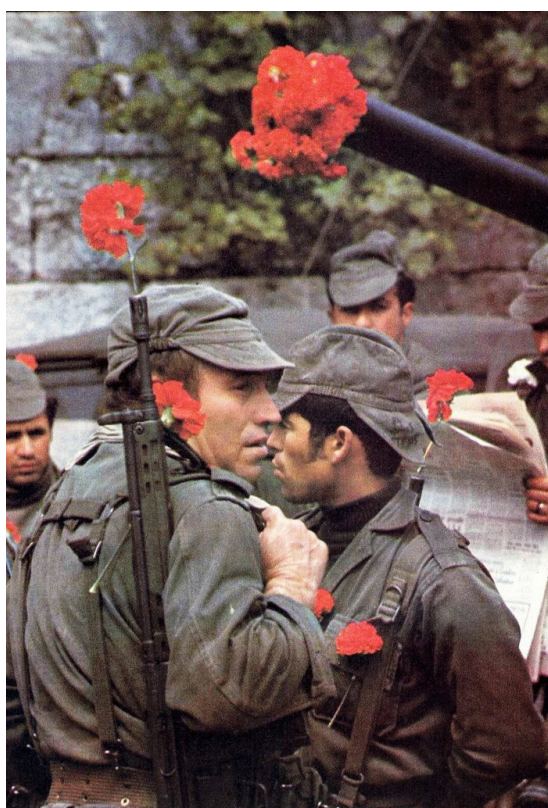
**Fig. 35** - Mocidade Portuguesa, durante o regime ditatorial salazarista.

A Revolução de Abril de 1974, designada frequentemente por Revolução dos Cravos, terminou com um período de repressão feroz, agravado pelas consequências emocionais de uma população apavorada pela Guerra Colonial, uma vez que os governos de Oliveira Salazar e Marcelo Caetano teimavam em manter possessões coloniais em África, num período em que todas as potências europeias tinham já procedido à descolonização, remetendo o país para o isolacionismo na ONU. (DUARTE, 2004, p.92)

Vários foram os sinais de mudança da sociedade, as mulheres entraram no mercado de trabalho por vezes em sectores tradicionalmente masculinos, isto como consequência da Guerra Colonial e da necessidade de gerar rendimentos para suportar a vida familiar. Desta forma, em 1973 as “Três Marias”, Maria Velho da Costa, Maria Isabel Barreno e Maria Teresa Horte publicaram *Novas Cartas Portuguesas*, uma obra que abalou a ditadura portuguesa ao denunciar assuntos relacionados com a situação das mulheres e a Guerra Colonial. (idem, ibidem, 2004)

A obra foi apontada como uma das principais causas da queda do regime, no entanto este já estava saturado uma vez que a oposição era proporcional à repressão vigente. As autoras foram acusadas e julgadas uma vez que atentavam ao pudor e abuso da liberdade de expressão concedida pelo regime em vigor. (DUARTE, 2004, p.92)

É então desta forma que Portugal, em 1974 conhecia a liberdade que lhe tinha sido negada durante várias décadas e o país percebia então o que significava viver em democracia. A revolução liderada por um exército descontente (ver fig.36) não foi típica - quatro populares foram mortos pela PIDE e um polícia morto pelo Exército (ver fig.37) - não se podendo chamar uma transição pacífica de um regime opressor, contrário às liberdades individuais, garantias e direitos dos cidadãos para um Estado democrático. (CARDOSO & RAINHO, 2015)



**Fig. 36** - Revolução dos Cravos (25 de Abril de 1974) levada a cabo pelo Movimento das Forças Armadas.



**Fig. 37** - Jornal A República com a notícia “As Forças Armadas tomaram o poder”, 1974.





Fig. 38 - Milhares de pessoas no Largo do Carmo a favor da revolução.

Em 1975 surge o dia, em que quase seis milhões de portugueses, de norte a sul do país, de todas as gerações, classes sociais e qualificações, puderam escolher de forma livre os seus representantes numa Assembleia Política, com a garantia que o seu voto seria devidamente escrutinado. Este acontecimento foi um dos maiores marcos na história, pois até então nunca teria havido uma eleição livre.

A democracia atual estaria longe de ser simplesmente uma construção característica do Ocidente do fim do século XX está portanto desta forma, enraizada no passado, em estruturas culturais e sociais que dizem respeito às práticas religiosas, à economia rural e aos sistemas de parentesco. Com o desaparecimento das antigas sociedades rurais nos últimos anos, houve uma mudança no paradigma da sociedade. Desta forma, as migrações, a escolarização e a televisão tornaram o país mais uniforme. (DUARTE, 2004; BARRETO, 2002 apud PINTO et al., 2010).

Foi com a ruptura do 25 de Abril de 1974 que todos os processos de mudança social em Portugal, já vagamente esboçados na década de 60, se unificaram e aceleraram. Devido à profunda reformulação a nível político e jurídico, orientado depois da revolução para valores de igualdade, justiça social e democracia, a sociedade reorganizou-se e consolidou mudanças no que diz respeito ao seu formato.

Pinto et al. (2010, pp.81-83) afirmam que a década de 70 foi marcada por um período de crise económica profunda a nível internacional e agravada pela estatização da economia em Portugal. Ainda assim, esta foi uma época do ponto de vista político e histórico excepcional, com grande ativação da sociedade e participação dos indivíduos nas atividades do país. Após o 25 de Abril de 1974, a moda volta a ganhar uma nova oportunidade de se afirmar e reinventar.

De acordo com Duarte (2004, p.93), com a Revolução do 25 de Abril de 1974, levada a cabo pelo Movimento das Forças Armadas, a cultura da moda e do modo de vestir revolucionou-se no seu conteúdo e beneficiou com os ideais levado a cabo pela manifestação pela liberdade. Desta forma, os principais objectivos da mesma eram os designados “três D’s” - Democratizar, Desenvolver e Descolonizar - tendo-se estendido lentamente ao Design, atravessando primeiramente vários níveis em profundidade da sociedade portuguesa, desde a superfície territorial, ecológica e morfológica, organizações e modelos sociais, condutas regulares e condutas efervescentes. As últimas são inovadoras e por isso adquirem particular relevância no que diz respeito à moda em Portugal no pós 25 de Abril, pelo facto de inovarem e inventarem e por consequências inverterem o papel de hierarquia estabelecida pelos modelos, papéis sociais e simbologias da sociedade. Desta forma estas condutas inovadoras permitem constituir modelos novos, provocar atitudes colectivas imprevistas de modo a abrir ideias e valores ainda não vividos nem concebidos.

Por outro lado, o regresso dos “retornados” das colónias, cujos hábitos e indumentária se assemelhavam mais a outros modelos estrangeiros do que a Portugal, veio inundar

as cidades portuguesas de mulheres vestidas com cores vibrantes, costas desnudas, saias ultra curtas e peles bronzeadas, gerando alguma polémica mas contribuindo para uma maior abertura e liberdade de expressão através da roupa.

“O 25 de Abril alterou os dados que a pessoa tinha para se orientar, até do ponto de vista da escrita. Já não tinha que estar a escolher, a pensar nas consequências, na apreensão dos livros, no risco da prisão (...).” (BARRENO apud DUARTE, 2004, p.93)

Depois da revolução era necessário reconstruir o país e reinventar cultural, económica e socialmente um país sem história recente senão a opressão e a descolonização tardia dos territórios ultramarinos e portanto muito distante do prestígio que tivera na era dos Descobrimentos. O período entre Abril e Dezembro de 1974, foi marcado pela constituição ou solidificação de vários partidos políticos, com bases de organização sólidas, entre elas, o Partido Popular Democrático e o Partido Comunista Português. O sistema eleitoral foi definido ainda em 1974 e nele anunciadas quatro novidades: o voto universal independentemente do sexo, rendimentos ou habilitações; o recenseamento obrigatório; a vigilância do escrutínio pelos candidatos e a votação com boletins em cabines, entregues pela mesa eleitoral. (CARDOSO & RAINHO, 2015)

De acordo com Duarte (2004, pp.34-35), durante várias décadas as influências de moda que existiam em Portugal, vinham abundantemente do estrangeiro. Nos anos 50, a moda continuava a ser proveniente de Paris. Fruto do isolacionismo, as famílias da burguesia privilegiada reproduziam modelos a partir de revistas estrangeiras (que designavam genericamente como “figurinos”) executados por modistas ao domicílio ou recorriam aos poucos ateliers de *demi-couture* da capital para reproduzir cópias enquanto as camadas mais jovens imitavam as indumentárias dos atores do cinema francês, americano e italiano.

A queda do regime, em 1974, contribuiu para a também quebra do vestuário convencional. As pessoas e especialmente os jovens da época estavam ávidos por se expressarem de forma livre e ambicionavam vestir roupas diferentes, tentando afirmar-se através do vestuário. Desta forma, contribuiu para esta revolução, Ana Salazar, que através da sede de novidade e afirmação rompe com as estruturas e limites da tradicional costura em atelier, mais conservadora que inovadora. Depois de abrir a sua loja Maça em Lisboa (ver fig.39), foi procurada por vários jovens devido ao conjunto de peças de roupa e acessórios originais e extravagantes, em comparação com os produtos existentes no mercado, tais como, calças de ganga com bordados, camisas com padrões, entre outras peças denominadas vanguardistas, representativas de uma nova mentalidade. Posteriormente com a ajuda do seu marido, Manuel Salazar, cria uma fábrica - Fundamental, começando a trabalhar para fornecedores ingleses, importando e exportando tecidos e mais tarde desenhando e construindo coleções de pronto-a-vestir. No seguimento deste percurso, abrem a sua primeira marca *HARLOW* que produzia para o mercado nacional e internacional, mais propriamente para França. (DUARTE, 2004, p.94; CASTILHO, 2013, pp.41-42; CARDIM, 2014, pp.116-117)



Fig. 39 - Loja A Maça de Ana Salazar, 1972.

Conforme Duarte (2004, pp.96-97), outra das impulsionadoras na construção da liberdade do vestuário foi Manuela Gonçalves. Esta regressa a Lisboa em 1974, vinda de Londres onde tinha usufruído de uma bolsa na *St. Martins School of Art*, tornando-se assim umas das primeiras pessoas a ter um curso de moda em Portugal. Neste período, as bolsas eram atribuídas pelo Fundo de Fomento e Exportação, com o objetivos de formar pessoas em Design de Moda ou “Estilismo” para que pudessem apoiar as fábricas com o seu conhecimento e trabalho.

Manuela Gonçalves participou em desfiles de moda e mais tarde desenhou coleções para fábricas onde terá sido contratada como estilista/designer. Em 1976 abre uma loja pequena em Lisboa e em 1979 transfere a mesma para o seu território de criação, a Loja Branca na Praça das Flores, desenvolvendo trabalhos influenciados principalmente por materiais e pela corrente de designers japoneses que em Paris revolucionavam a silhueta da moda. (DUARTE, 2004, p.97)

No final da década, Manuel Alves veio revolucionar a roupa de autor masculina, através da criação de alternativas dentro do próprio vestuário, com a ajuda do designer António Coelho. Os dois abrem então uma loja – Cúmplice - dedicada ao público masculino com uma abordagem diferente e pioneira de venda com confecção própria. (idem, ibidem, 2004, pp.96-97)

Já nos anos 80, a moda ganha uma prosperidade notável, nascendo uma diversidade de escolas de moda, que percorreram o país de norte a sul, projetando novos valores. Vários concursos (ver fig.40-41) impulsionaram jovens designers, novos projetos e talentos como Eduarda Abbondanza, Mário Matos Ribeiro, Filipe Faísca, José António Tenente, Olga Rego, Pérolas a Porcos, Maria João Mayer, Júlio Torcato, Luís Buchinho, entre outros. Na década de 90, surge outro grande número de criadores, entre os quais: Nuno Gama, Miguel Vieira, Maria Gambina, Dino Alves e Alexandra Moura. (CASTILHO, 2013, pp.41-42; CARDIM, 2014, pp.118-119)





**Fig. 40** - Concurso de moda Manobras de Maio, 1987 & 1995.



**Fig. 41** - Passerelle do concurso Manobras de Maio, 1987 & 1995.

Atualmente, a constituição portuguesa é resultante da Revolução do 25 de Abril de 1974, cujo prefácio começou pela luta do povo português contra o fascismo e a sua libertação através do Movimento das Forças Armadas - procurando apagar os sentimentos antifascistas e o papel agressivo e opressor ao longo da história. A passagem da sociedade fechada para a sociedade aberta foi uma das mais importantes revoluções realizadas pela humanidade. A primeira é definida como uma sociedade conservadora e tradicionalista. No entanto, e contrariamente, a sociedade aberta apresenta um carácter crítico e racional, ampliando de modo significativo as escolhas pessoais dos indivíduos. Esta encontra-se receptiva à inovação e mudança, abandonando as formas conservadoras. Enquanto que nas sociedades fechadas prevalece o vestuário tradicional, nas sociedades abertas é aprovado o crescimento da moda. (PAZ, 2007; POPPER apud BALDINI, 2005, pp.32-34)



## 2.4.2. O APARECIMENTO DAS REVISTAS ESPECIALIZADAS DE MODA EM PORTUGAL

De acordo com Duarte (2004, p.88), em 1912 surgiu pela primeira vez a revista feminina Modas e Bordados (ver fig.42-43) começando a ser publicada em Portugal periodicamente. Esta incluía vários sectores e temas, conselhos quanto á forma de vestir, dicas direccionadas para a educação dos filhos e do embelezamento do corpo e receitas. No entanto, nesta época as preocupações de carácter literário ou artístico eram praticamente nulas.



Fig. 42 - Capa da revista Modas e Bordados, N° 3126 Janeiro, 1972.



Fig. 43 - Capa da revista Modas e Bordados, N° 3240. Março, 1974.

Ainda na década de 1910 surgiram novas revistas como Jornal da Mulher, A Mulher e Rainha da Moda. Contrariamente aos objectivos destas novas revistas, surgem ainda, nos finais de Março de 1915, a revista Orpheu, lançada por Mário de Sá-Carneiro, Fernando Pessoa, Almada Negreiros, entre outros. Esta introduzia ideias futuristas no campo literário e continha uma influência “anti-moda”, associada ainda ao Manifesto

Futurista apresentado por Almada em 1917. (DUARTE, 2004, p.88)

Nas primeiras décadas do século XX, o movimento artístico estava dispersado pela Baixa e pelo Chiado. No entanto, em 1920 concretiza-se uma descentralização da zona, isto porque Madame Vale abriu o seu atelier no Marquês de Pombal, sendo exemplar na confecção das peças de roupa e nas passagens de modelos referentes, os quais eram produzidos em viagens sazonais a Paris, aproveitando as *toiles* dos costureiros francesas que serviam de modelo às peças concebidas. (DUARTE, 2004, p.89)

Entre 1960 e 1974 apesar da pouca divulgação da imprensa feminina, existiam alguns meios que divulgavam e mantinham vivas as novidades sobre a moda, destes destacavam-se o periódico Jornal Feminino (1957) e a revista Crónica Feminina, que informavam acerca dos desfiles e iniciativas de moda nacionais e internacionais a acontecer no momento. Após o 25 de Abril de 1974, a publicidade e as publicações direccionadas para o público feminino foram outro dos fenómenos em evidência. Os periódicos não respondiam aos novos tempos que vieram com a revolução. As revistas femininas mais importantes que circularam após a Revolução dos Cravos foram Mulher-de-Homem, a revista Linda e ainda, Ela Donas de Casa. O seu conteúdo focava alguns artigos de moda mas também artigos especificamente para o público feminino. (CARDIM, 2014, pp. 59-61)

O grande boom das revistas e da comunicação direccionado à moda começa assim nos anos 80 e 90. Em 1983 aparece a revista específica, *Colecções*, com o objectivo de acompanhar a evolução da confecção portuguesa, que vivia momentos de grande desenvolvimento e promoção e ainda difundia o consumo da moda à semelhança do estrangeiro. Em 1988 surgem duas novas revistas, a Máxima (ver fig.44-45) e a Marie Claire (ver fig.46-47), que continham no seu interior artigos de moda, para além de outros assuntos de interesse feminino. (idem, ibidem, 2014, p.p. 59-61)





Fig. 44 - Capa da revista Máxima. Outubro, 1988.



Fig. 45 - Capa da revista Máxima. Dezembro, 1988.



Fig. 46 - Capa da revista Marie Claire. Nº 2. Dezembro, 1988.



Fig. 47 - Capa da revista Marie Claire. Nº 3. Janeiro, 1989.

A imprensa feminina de moda ficava em 1988 mais rica com a introdução em Portugal de três revistas: a revista Máxima, fundada por Madalena Fragoso – com Assunção Avillez na direção de moda, que havia trabalhado com Manuela Gonçalves no início da sua carreira na Loja Branca, e ainda as edições portuguesas da Elle (ver fig.48-50) e da Marie Claire (ver fig.51-52). A moda como fenómeno social manifestou-se através de novas leituras e interpretações nos semanários Expresso, Semanário, Se7e e Blitz (ver fig.53-54). Estes últimos mais voltado para as artes do espetáculo, para a música e para a cultura urbana. No anos 90 surgem ainda a revista Activa e posteriormente a edição portuguesa da Cosmopolitan. (DUARTE, 2004, p.104)



Fig. 48 - Capa da revista Elle Portugal, Nº 1. Outubro, 1988.



Fig. 49 - Capa da revista Elle Portugal. Nº 6. Março, 1989.





Fig. 50 - Capa da revista Elle Portugal. Nº 11. Agosto, 1989.





Fig. 51 - Capa da revista Marie Claire. Nº4. Fevereiro, 1989.



Fig. 52 - Capa da revista Marie Claire. Nº 6. Abril, 1989.



Fig. 53 - Capa da revista BLITZ - Bowie. Ano I - Nº 2. Novembro, 1984.

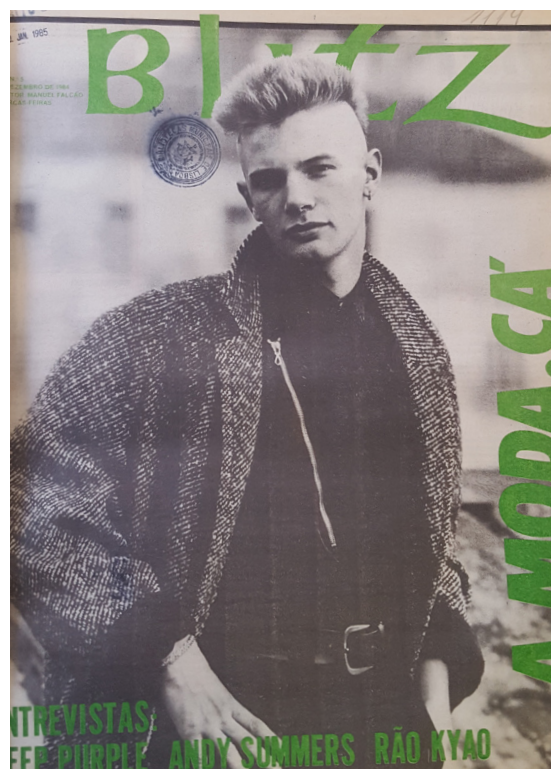


Fig. 54 - Capa da revista BLITZ - A Moda, Cá. Ano I - Nº 5. Dezembro, 1984.

### **2.4.3. A PLATAFORMA MODALISBOA E O APARECIMENTO DA INDÚSTRIA DE MODA PORTUGUESA**

Ao longo da década de 80 e 90 Lisboa desperta para a moda no que diz respeito ao mercado nacional e ao internacional, tendo cada vez mais a oferecer ao público em matéria de moda-vestuário e de moda-imagem. Além de uma MOVIDA liderada por uma nova elite cultural que englobava designers gráficos, cineastas, artistas, fotógrafos, jornalistas, editores e produtores de moda, maquilhadores e cabeleireiros, também se regista uma evolução nos desfiles de moda e consequentemente no surgimento de uma nova classe de manequins, bastante impulsionada em Portugal pelas agências profissionais – sendo paradigmática a partir de 1989, a *CENTRAL MODELS*, de Emília e Tó Romano, eles próprios ex-manequins decididos a criar uma agência que funcionasse – como funciona – na cena internacional. (DUARTE, 2004, p.105)

O projeto ModaLisboa, lançado pelos designers Eduarda Abbondanza e Mário Matos Ribeiro em 1990 foi uma das primordiais plataformas de lançamento da moda em Portugal. O mesmo estava inserido nas festas da capital, contando com o apoio da Câmara Municipal de Lisboa. Realizou-se uma primeira edição, designadamente edição zero, em Junho, que foi um ponto de encontro onde se difundiram vários elementos-chave do sector em Portugal, consagrando três frentes da moda: a dos criadores, a dos novos talentos e a da indústria e vestuário. A primeira inseria nomes como Ana Salazar, Manuel Alves (ver fig.55), José António Tenente, Abbondanza/Matos Ribeiro e Manuela Tojal. A segunda parte integrava talentos emergentes como Filipe Faísca, Luís Buchinho (ver fig.56), Nuno Gama, Nuno Eusébio e Tânger. A última frente incluía prestígiadas marcas tais como VADIM by Maconde, MOMENTS, LINDA FORMA, SCOTTWOOL, OFIR, L'ÁBITO, QUAZAR, SML e OFICINA DA MODA. (DUARTE, 2004, pp.105-106; CARDOSO, 2016)

Um ano depois, em Abril de 1991, Eduarda Abbondanza e Mário Matos Ribeiro instituíram aquele que é o primeiro calendário profissional de desfiles em Portugal, com um<sup>61</sup>

perfil de organização integrado no contexto europeu (em relação aos modelos italiano, francês e britânico) e semelhante ao que vigora atualmente. Desde o seu início a ModaLisboa assume-se como uma manifestação que tem vindo a construir o reconhecimento da moda nacional projetando vários tipos de intervenção, desde a cenografia e o design do espaço do evento aos materiais de divulgação, culminando no seu papel de descoberta de novos talentos e valores, nomeadamente através do concurso Sangue Novo. (DUARTE, 2004, p.106)

“Em 1990 o vereador com o pelouro do Turismo da Câmara de Lisboa, Vítor Costa, convidou-me e ao Mário Matos Ribeiro para fazer um evento nas Festas da Cidade, no Jardim do Tabaco. (...) Éramos designers [da marca Abbondanza/Matos Ribeiro] e achámos que seria importante criar uma plataforma em que nós e outros pudéssemos trabalhar de forma séria. Tudo é uma explosão na altura e o acelerador é claramente a ModaLisboa, porque para a plataforma funcionar precisava que os vários serviços, como os bastidores ou desenho de salas de desfiles, o *styling*, por exemplo, se profissionalizasse. (...)” (ABBONDANZA apud CARDOSO, 2016)



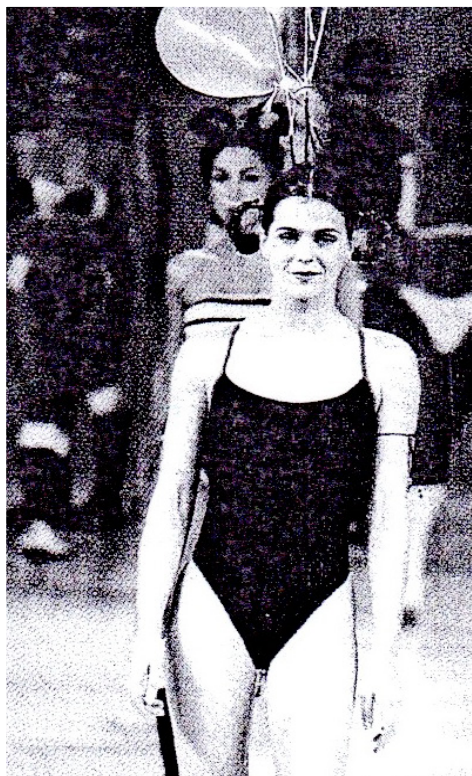
Fig. 55 - Manuel Alves, ModaLisboa 99/00. Fotografia de António Moutinho | Cortesia ModaLisboa.





ModaLisboa Inverno 91/92

**Fig. 56** - Luís Buchinho, ModaLisboa 91/92. Fotografia de António Moutinho | Cortesia ModaLisboa.



**Fig. 57** - Maria Gambina, ModaLisboa 94. Fotografia de Paula Oudman.

“(...) Na moda em Portugal há um antes e depois do 25 de Abril e a ModaLisboa enquanto calendário tem também um efeito de antes e depois num país pequeno. Há um aspecto colegial, uma certa escola que a própria organização desenvolveu. Antes de chegarem as revistas internacionais, os semanários já tinham suplementos com espaço para os novos nomes da moda. E a imprensa de moda em Portugal não é tardia, têmo-la desde o século XIX sob a forma de revistas dirigidas a mulheres como o jornal O Toucador, dirigido por Almeida Garrett, de 1807 (...)” (DUARTE apud CARDOSO, 2016)

Segundo Duarte (2004, p.108), a adopção do vestuário de designers por estrelas da televisão, teatro, cinema e do mundo do showbiz contribuiu também para a divulgação da moda portuguesa. Catarina Furtado começa a ser vestida por a dupla de criadores Paulo Cravo/Nuno Baltazar em 2003 para o programa Operação Triunfo e também a cantora Teresa Salgueiro, dos Madredeus, associava o seu guarda-roupa a designers como a dupla Abbondanza/Matos Ribeiro e mais tarde José António Tenente.

Desde o final dos anos 80 é também apreciável o papel do consultor ou do estilista de imagem no desenvolvimento de uma nova linguagem baseada na ideia de *styling*, enquanto exercício de estilo em torno de uma expressão do vestuário, recorrendo à coordenação de roupa seleccionada entre uma ou mais etiquetas. (idem, ibidem, 2004, p.108)

A plataforma ModaLisboa funcionou e funciona não só como um meio de propagação da informação e matéria de moda nacional, tanto a nível de design criativo como industrial, acompanhando as tendências e conteúdos também internacionais, bem como distingue as várias categorias profissionais da área da moda e beleza, tais como: designers, *stylists*, cabeleireiros, maquilhadores, fotógrafos e manequins. Para que a plataforma funcionasse como um todo, de forma séria era necessário profissionalizar as várias categorias de moda e dissipá-las em cursos educativos de forma a criar indivíduos formados e instruídos em cultura e moda para que dessa forma pudessem realizar trabalhos produtivos e interessantes.

O objetivo era também a criação de novos postos de trabalho e crescimento da área da moda quer a nível criativo, metódico, entre outros. Com as várias edições concretizadas foi possível proporcionar uma evolução e crescimento de todas as áreas da moda e produção envolvidas no projeto e ainda, uma organização e distribuição de tarefas e trabalhos específicos direcionados a cada área. (DUARTE, 2004, p.108)

Na sequência da análise da informação relacionada com os meios de comunicação de moda escrita e digital, foi traçado o mapeamento da evolução imprensa de moda em Portugal, assim como examinadas as consequências da Revolução de Abril. Foi também possível concluir que a regularidade das edições da ModaLisboa – que desde a sua primeira edição privilegiou a sua promoção internacional através da prestigiada empresa de RP 2ème Bureau, sediada em Paris – contribuiu definitivamente para o reconhecimento da moda de autor feita em Portugal, amplamente projetada pelos media nacionais bem como na proliferação de agências de modelos, no aparecimento de cursos e agências de maquilhagem, profissionalização de cabeleireiros especializados em desfile, etc., consubstanciando uma network de especialistas.





3.

**FOTOGRAFIA E EDITORIAL  
DE MODA**

O presente capítulo foca as relações entre fotografia e editorial de moda, traçando um quadro da evolução no panorama nacional e internacional, e dando destaque a alguns dos mais influenciadores protagonistas desta área.



### 3.1. O SURGIMENTO E RELEVÂNCIA DA FOTOGRAFIA DE MODA

Uma breve abordagem à história da fotografia permitiu concluir que o seu processo de invenção envolveu uma cadeia de experiências realizadas por uma enorme variedade de especialistas, de químicos a alquimistas, remontando à Antiguidade Clássica, uma vez que na Grécia Clássica já se conhecia o fenómeno da produção de imagens pela passagem de luz através de um orifício. Ao longo dos tempos foram sendo experimentados diferentes processos inventivos – da camera obscura utilizada pelos pintores da Renascença aos daguerreótipos de Niepce e Louis-Jacques Daguerre (1829) até finalmente às invenções de Jean Niceforo e Claude Niepce, os primeiros a relacionar a imagem realizada com luz e uma câmara escura, que, nos finais do século XIX, permitiram estabilizar este complexo processo de registo de imagem.

Por seu lado, a origem das imagens que hoje consideramos como fotografia de moda enquanto disciplina artística teve início nos primórdios da fotografia, atribuindo alguns autores a inovação a Virginia Oldoini, Condessa de Castiglione. A partir de 1863, esta extravagante aristocrata toscana – frequentadora da corte de Napoleão II – entreteve-se a encenar elaboradas imagens de moda em que servia como modelo e que eram registadas por um fotógrafo contratado (Pierre-Louis Person), tendo produzido, entre 1863 e 1866, cerca de 700 extravagantes imagens de moda.

Em 1913 Condé Nast contratou o Barão Adolph de Meyer para retratar modelos, atrizes e aristocratas, fotografias essas que passaram a ser publicadas na VOGUE.

*“De Meyer was instrumental in ushering in the new style, and his fashion photographs became known for their bold use of fabrics, soft focus, and for the somewhat lifeless, statue-like quality in which he rendered his models”.<sup>4</sup> (Monovisions, 2015)*

---

<sup>4</sup>T.L: “De Meyer foi fundamental para inaugurar um novo estilo, e as suas fotografias de moda tornaram-se conhecidas pelo uso arrojado de tecidos, foco suave e por uma estaticidade no qual apresentou os seus modelos”. (Monovisions, 2015)

O desenvolvimento e a importância das revistas de moda na disseminação das últimas criações dos grandes costureiros parisienses levou ao surgimento de grandes protagonistas da fotografia de moda, tais como Edward Steichen (ver fig.61), Erwin Blumenfeld (ver fig.58), Cecil Beaton, Norman Parkinson (ver fig.59), Horst P. Horst, Hoyningen-Huene e mesmo a colaborações de reconhecidos fotógrafos, como Man Ray, por exemplo. A fotografia de moda vai sendo progressivamente mais encenada e iluminada artificialmente em estúdio, sendo progressivamente introduzidas fotografias captadas em exterior, de que são exemplo as extraordinárias imagens de Dahl-Wolfe (ver fig.60). (PARKER, 2014)



**Fig. 58** - Capa da revista Vogue, 1950. Fotografia de Erwin Blumenfeld. © Condé Nast Archive.



**Fig. 59** - Fotografia por Norman Parkinson para Vogue Britânica, 1960.

De acordo com Kordic (2016), a fotografia de moda tenta imaginar a ideia do designer de moda, traduzindo-a numa imagem de um produto vendável. Desde os primeiros retratos do século XIX da nobreza e realeza que este ramo de criação de imagens retrata os estilos de vida glamorosos e os materiais abonados dos mesmos. Os fotógrafos de moda lutaram e trabalharam arduamente para se estabelecerem como forma de expressão legítima ao longo do século passado, tornando a fotografia de moda atraente e também lucrativa.



Fig. 60 - Fotografia por Louise Dahl-Wolfe, 1963.



Fig. 61 - Anna May Wong para Vanity Fair, 1930. Fotografia por Edward Steichen.

Mendonça (2008) afirma que a partir do século XIX, a revista é consolidada e começa a tratar-se a moda relacionando-a com temas como as viagens, o entretenimento e a arte. Desde o seu surgimento esta passou por várias transformações; as fotografias apresentadas no século XX, não evidenciavam o corpo e as modelos não posavam para a câmara, pois as imagens tinham o objectivo de mostrar a roupa e não o corpo. No fim do século XX e no início do século XXI, a fotografia revolucionou a sociedade e ajudou a difundir a moda quando se tornou um objecto de inspiração para a criação de novas formas de vestir e conjugar as peças.

Entre as duas guerras mundiais, a moda e a fotografia começaram a estabelecer as suas próprias tendências, inspirando os movimentos contemporâneos. Depois da Segunda Guerra Mundial, não só as sessões de editoriais se tornaram mais espontâneos e fluídas, mas também foram levadas para fora, dando ao artista e aos seus manequins mais liberdade e mais elementos visuais para produzir os trabalhos. (KORDIC, 2016)



*“After the Second World War, fashion underwent dramatic changes, and numerous new designers emerged in the 1950s and 1960s. The fashion model took on new importance as well, as Twiggy, Jean Shrimpton, and others became household names. With these changes, new approaches to photography ensued, and some of the most well-known names in fashion photography made their mark on history. By the mid-1950s, the contrived studio shots and staid elegance of models in earlier decades of fashion photography had given way to a new aesthetic that was more fluid, spontaneous, and energetic.”<sup>5</sup> (PARKER, 2014)*



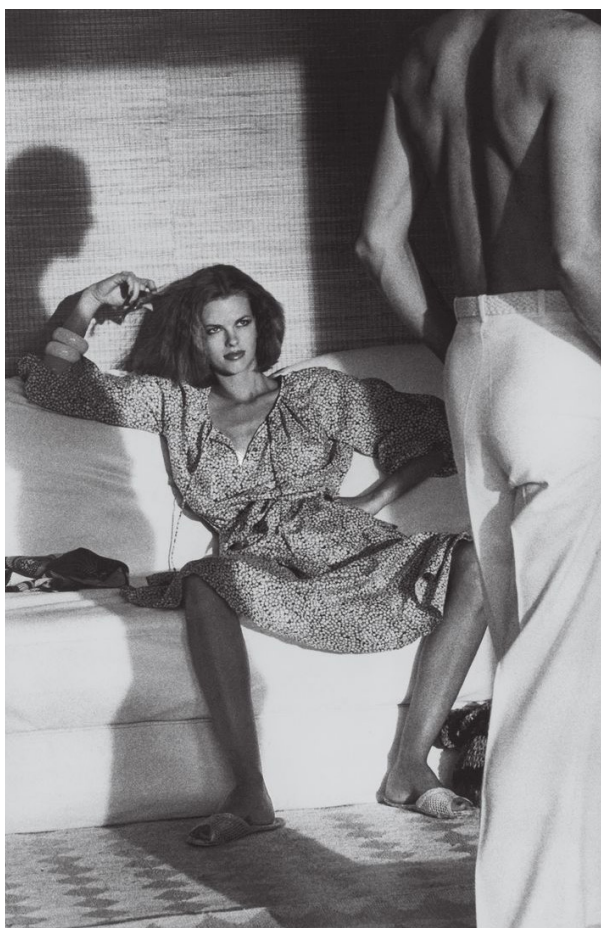
**Fig. 62** - Twiggy para a revista Vogue Paris, Maio, 1967.



**Fig. 63** - Jean Shrimpton para a revista Vogue, Junho, 1965.

<sup>5</sup> T.L: “Após a Segunda Guerra Mundial, a moda sofreu mudanças dramáticas e numerosos novos designers surgiram nas décadas de 50 e 60. O modelo de moda também assumiu uma nova importância, já que Twiggy, Jean Shrimpton e outros se tornaram nomes familiares. Com essas mudanças, surgiram novas abordagens para a fotografia, e alguns dos nomes mais conhecidos da fotografia de moda que deixaram a sua marca na história. Em meados da década de 1950, as tentativas em estúdio e a elegância dos modelos em décadas anteriores da fotografia de moda haviam dado lugar a uma nova estética mais fluida, espontânea e enérgica.” (PARKER, 2014)

De acordo com Mcassey & Buckley (2011, pp.66-67), na década de 60 houve uma mudança radical no conteúdo das imagens: as modelos passaram a olhar de forma direta para a câmara e faziam poses exibicionistas. O objetivo já não era passar a ideia das situações do quotidiano, mas sim, a noção de mulher jovem e livre. Em 1975 afirma-se um marco na história da moda e da fotografia, causando um grande escândalo na sociedade - uma publicação editorial na Vogue norte-americana realizada pelo fotógrafo Helmut Newton e a modelo Lisa Taylor (ver fig.64-65), onde uma das fotografias representa Lisa com poses e olhar provocadores, para uma figura masculina que estava no cenário.



**Fig. 64** - Lisa Taylor fotografada por Helmut Newton. Vogue, 1975.



**Fig. 65** - Fotografia de Helmut Newton à modelo Lisa Taylor, Vogue 1975.

*“In the 1970s, social changes, particularly feminism, influenced the fashion industry and the way women were represented. More women photographers, such as Sarah Moon (French, b.1941), Deborah Turbeville (American, 1937–2013), and Eve Arnold (American, 1913–2012), brought fresh perspectives to publications such as Vogue and Harper’s Bazaar. Helmut Newton (German, 1920–2004) pushed boundaries with his subversive and overtly sexual images.”*<sup>6</sup> (PARKER, 2014)

A partir desse momento são dissimulados no meio da moda novos conceitos estéticos, sendo esse a chave para o sucesso de muitos fotógrafos. Isto acontece porque, após a publicação do editorial de moda na revista Vogue, o nome dos fotógrafos de moda passou a ser mais importante do que o nome do designer, por ser este principal responsável pela produção da campanha publicitária. A fotografia foi ainda responsável por dar visibilidade às modelos com novos modelos de beleza. Assim, a moda utiliza desde sempre, imagens que espelham valores da época em questão, esperando sempre que sejam seguidos pelo público, ou seja pelo consumidor em geral. Os editoriais e as campanhas publicitárias relacionadas com a moda, representam o sonho, o desejo e a fantasia. (MCASSEY & BUCKLEY, 2011, pp.66-67)

A fotografia de moda teve uma história notável que se estendeu ao longo do século XX até hoje, tornando-se o campo de revolução da fotografia, arte, experimentação e *marketing*. Sem dúvida, a fotografia desempenha um papel importante na cultura da moda global e na sua indústria. Esta está a comandar uma parcela crescente da consciência pública. Ao longo das últimas décadas, as imagens foram envolvidas com novas tecnologias e demonstraram politicamente e esteticamente ideologias provocativas, economicamente proveitosas e dominadoras. (KORDIC, 2017; LANGKAY, 2016)

---

<sup>6</sup> T.L: “Na década de 1970, as mudanças sociais, particularmente o feminismo, influenciaram a indústria da moda e a forma como as mulheres estavam representadas. Mais mulheres fotógrafas, como Sarah Moon (Francesa, b.1941), Deborah Turbeville (Americana, 1937-2013) e Eve Arnold (Americana, 1913-2012) trouxeram novas perspectivas para publicações como Vogue e Harper’s Bazaar. Helmut Newton (Alemão, 1920-2004) empurrou os limites com as suas imagens subversivas e abertamente sexuais.” (PARKER, 2014)



### **3.2. FOTÓGRAFOS DE MODA INTERNACIONAIS – BIOGRAFIA E OBRA DOS MAIS RELEVANTES PROTAGONISTAS**

Embora não seja objetivo desta dissertação abordar exaustivamente a obra dos principais protagonistas da fotografia de moda dos séculos XX e XXI, não podemos deixar de destacar alguns dos grandes influenciadores deste universo, que destacamos cronologicamente e com base na sua excepcionalidade e influência, designadamente: Beaton, Horst P. Horst, Hoyninguen-Huene, Avedon, Bailey, Newton, Testino, Meisel e Jurgen Teller.

Atualmente a fotografia de moda assume cada vez mais linguagens diferentes, com tendência a diluir as fronteiras entre criação artística e *marketing*. Uma longa lista de fotógrafos contemporâneos, que inclui Mario Testino, Steven Meisel, Ellen Von Unwert, Roxanne Lowit, Jurgen Teller e David LaChapelle, entre outros, utiliza a manipulação digital das imagens para oferecer imagens distantes do nosso quotidiano, servindo-se do glamoroso universo da Alta Costura, produtos de luxo, celebridades e *beautiful people*.





### **3.2.1. CECIL BEATON** (1904-1980 / HAMPSTEAD - BROAD CLARKE)

Fig. 66 - Fotografia Cecil Beaton, 1904-1980.

Beaton foi um fotógrafo que se tornou tão famoso como as celebridades que fotografou durante mais de cinquenta anos (ver fig.66). As estrelas do cinema, das artes plásticas, da música e da literatura, como Greta Garbo, Colette, Grace Kelly, Marilyn Monroe, Mick Jagger ou Lucian Freud passaram pela sua lente e também pelas páginas do seu diário privado, que manteve entre 1922 e 1980, muitas vezes impudente e corrosivo. (CANELAS, 2014; PRYNNE, 2014)

*“He developed a style of portraiture in which the sitter became merely one element of an overall decorative pattern, which was dominated by backgrounds made of unusual materials such as aluminum foil or papier-mâché. The results, which combined art and artifice, were alternately exquisite, exotic, or bizarre, but always chic.”<sup>7</sup>*  
(Monovisions.com, 2017)

---

<sup>7</sup> T.L: “Na década de 1970, as mudanças sociais, particularmente o feminismo, influenciaram a indústria da moda e a forma como as mulheres estavam representadas. Mais mulheres fotógrafas, como Sarah Moon (Francesa, b.1941), Deborah Turbeville (Americana, 1937-2013) e Eve Arnold (Americana, 1913-2012) trouxeram novas perspectivas para publicações como Vogue e Harper’s Bazaar. Helmut Newton (Alemão, 1920-2004) empurrou os limites com as suas imagens subversivas e abertamente sexuais.” (PARKER, 2014)

De acordo com o texto *Portraits & Profiles* escrito por Hugo Vickers, Beaton foi ainda repórter de guerra - Norte de África, Médio Oriente e Índia -, figurinista, cenógrafo, escritor e decorador de interiores – e tinha como hábito descrever os seus modelos em forma de pequenas biografias, com o objetivo de identificar as falhas de cada um e trabalhar de forma a conseguir elimina-las. (CANELAS, 2014)

Beaton ficou sobretudo conhecido pelas suas elaboradas fotografias de moda (ver fig.67-68) e retratos da alta sociedade, incluindo a família real inglesa. Durante o seu percurso trabalhou como fotógrafo e ilustrador para as revistas *Vanity Fair*, e *Vogue UK*. Para além da sua imortal carreira como fotógrafo organizou em 1971 a extraordinária exposição *Fashion: An Anthology by Cecil Beaton* no *Victoria & Albert Museum*, tendo contribuído para aumentar o espólio daquele museu, através de doações de peças de Alta Costura das aristocratas e celebridades que tinha fotografado no passado. Dedicou-se igualmente ao design de figurinos, obtendo dois *Academy Awards for Costume Design* para *Gigi* (1958) e *My Fair Lady* (1964) e desenhou cenários, luzes e figurinos para diversas peças de teatro e ópera. (idem, ibidem, 2014)



**Fig. 67** - Audrey Hepburn fotografada por Cecil Beaton, 1954. © Pleasure Photo Room.



**Fig. 68** - Vivien Leigh fotografada por Cecil Beaton. *Vogue*, 1941. © Pleasure Photo Room.



**Fig. 69** - Charles James fotografada por Cecil Beaton. Vogue, 1948. © Pleasure Photo Room.



**Fig. 70** - Marilyn Monroe fotografada por Cecil Beaton, 1956. © Pleasure Photo Room.



**Fig. 71** - Mrs Reginald Fellowes (Daisy) fotografada por Cecil Beaton, British Vogue, Setembro, 1931. Fotografia cortesia pela Vogue. © Pleasure Photo Room.





**Fig. 72** - Audrey Hepburn fotografada por Cecil Beaton para um editorial de moda. Vogue Americana, Junho, 1964. © Pleasure Photo Room.



**Fig. 73** - Vogue, Dezembro 1937. Fotografia por Cecil Beaton. © Pleasure Photo Room.





### **3.2.2. HORST P. HORST** (1906-1999 / WEISSENFELDS - FLORIDA)

Fig. 74 - Fotografia Horst P. Horst, 1906-1999.

De acordo com o site e biografia de HORST (2017), Horst Paul A. Bohrmann (ver fig.74) estudou arquitetura em Hamburgo e estagiou no estúdio de Le Corbusier, em Paris, 1930. Na história da fotografia de moda e retrato do século XX, a contribuição de Horst é uma das mais artisticamente significativas e duradouras, abrangendo sessenta anos entre 1931 e 1991. Durante esse período, o seu nome tornou-se lendário e as suas fotografias passaram a ser vistas como sinónimo de criação de imagens de elegância, estilo e glamour.

Em 1932 Horst foi trabalhar para a Vogue em Nova Iorque, mas algumas diferenças de opinião com a editora fizeram com que ele voltasse para a Europa. O site de International Center of Photography (2017) afirma que em 1935, Condé Nast convidou Horst de volta, e no mesmo ano este assumiu o cargo de fotógrafo-chefe da Vogue Francesa.

O final da década de 1930 e início dos anos 1940 (ver fig.76) foram os seus anos mais produtivos, durante os quais se destacou tanto nos trabalhos fotográficos de capas como nas sessões de moda/retrato. No início da Segunda Guerra Mundial, trabalhou como fotógrafo da Vogue Americana (ver fig.78) até o início dos anos 80, com uma interrupção

para o serviço do Exército, tendo ainda realizado trabalhos para Vanity Fair e House & Garden. Publicou vários livros, incluindo *Photographs of a Decade* e *Salute to the Thirties*, com George Hoyningen-Huene. (HORST, 2017)



**Fig. 75** - Veruschka fotografada por Horst P. Horst, Hawaii, 1965. © Pleasure Photo Room.



**Fig. 76** - Joan Crawford fotografada por Horst P. Horst, 1938.



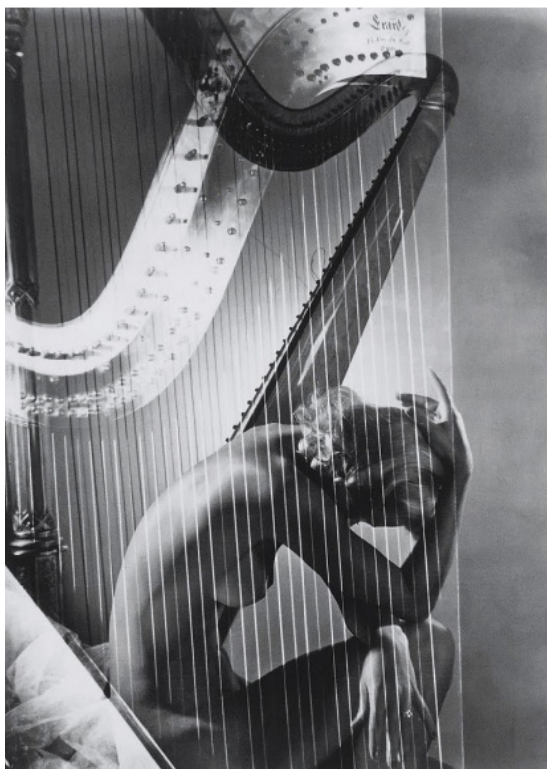
**Fig. 77** - "Calvin Klein Fashion NYC", 1983. Fotografia por Horst P. Horst. © Pleasure Photo Room.



**Fig. 78** - Marlene Dietrich fotografada por Horst P. Horst. *Vogue Americana*, Dezembro, 1947. © Pleasure Photo Room.

De acordo com Hostetler (1999, p.218), embora fortemente influenciado por Hoyningen-Huene nos seus primeiros trabalhos, Horst rapidamente desenvolveu um estilo original através de iluminação inovadora. A sua experiência contribuiu para o sucesso das suas fotografias arquitectónicas e de lifestyle, que estabeleceram um novo padrão para as décadas de 1960 e 1970.

Madonna protagonizou a única Vogue realizada por Horst o que permitiu que este sobressaísse, em 1990. Ela representou uma recreação da imagem de moda mais emblemática de Horst, um modelo visto por trás, vestindo um espartilho parcialmente atado, feito por Detolle. Desta forma, na sua abordagem ao retrato, Horst começou a criar um universo de aspiração paralela em que os assuntos trabalhados se tornaram enigmáticos e fascinantes. (PEPPER, 2001)



**Fig. 79** - "Lisa with Harp", fotografia de Horst P. Horst. Paris, 1939. © Pleasure Photo Room.



**Fig. 80** - Yasmin Le Bon fotografada por Horst P. Horst. Vogue UK, Novembro, 1986. © Pleasure Photo Room.





**Fig. 81** - Fotografia por Horst P.Horst – Tall Fashion, 1963. © Pleasure Photo Room.



### **3.2.3. GEORGE HOYNINGEN - HUENE** **(1900-1968 / SÃO PETERSBURGO - CALIFÓRNIA)**

Fig. 82 - Fotografia George Hoyningen-Huene, 1900-1968.

De acordo com o site de Staley-Wise Gallery (2017), George Hoyningen-Huene (ver fig.82) tornou-se rapidamente um dos grandes expoentes da fotografia de moda dos anos 20 e 30. Fugindo da Revolução Russa, mudou-se primeiro para Londres e depois para Paris em 1920, onde fez diversos contatos com a cena artística local. Posteriormente começou a trabalhar como ilustrador de moda, publicando o seu trabalho na Harper's Bazaar e Fairchild's Magazine. Em 1925 tornou-se o principal fotógrafo da Vogue Francesa (ver fig.83) e em 1935 mudou-se para Nova Iorque e começou a trabalhar quase exclusivamente para a revista Harper's Bazaar.

No trabalho de Huene destacavam-se a utilização de sombras e iluminação elaborada e elegante em composições fotografadas em estúdio. Em 1943, publicou dois livros ilustrados, *Hellas* e *Egito*, e seguidamente mudou-se para *Hollywood*, onde se tornou ativo na indústria cinematográfica, fotografando celebridades e trabalhando como consultor de cores em filmes como *A Star Is Born*. (HULME, 2017)



**Fig. 83** - Toto Koopman fotografada por George Hoyningen-Huene. Vogue, Setembro, 1933.© Pleasure Photo Room.



**Fig. 84** - "Madame Magneta Fischer at the Opera", 1931. Fotografia por George Hoyningen-Huene.



**Fig. 85** - Atriz Loretta Young, fotografada por George Hoyningen-Huene, 1934.© Pleasure Photo Room.



**Fig. 86** - "Models in jersey swimwear, 1929" fotografia por George Hoyningen-Huene. © Pleasure Photo Room.





### **3.2.4. RICHARD AVEDON**

**(1923-2004 / NOVA IORQUE - TEXAS)**

Fig. 87 - Fotógrafo Richard Avedon, 1923-2004.

*“A photographic portrait is a picture of someone who knows he’s being photographed and what he does with this knowledge is as much a part of the photograph as what he’s wearing or how he looks.”<sup>8</sup> (AVEDON apud CRAVEN, 2008)*

De acordo com Craven (2008), depois de estudar filosofia na Universidade de Colúmbia no final da década de 30, Avedon (ver fig.87) estudou fotografia. Richard Avedon tornou-se o primeiro fotógrafo da equipa *The New Yorker* em 1992 e também foi fotógrafo da *Vogue USA*, de 1966 a 1990. Fotografou celebridades desde Charlie Chaplin e Buster Keaton a Marilyn Monroe, Dorothy Parker e à Duquesa de Windsor, entre outros.

De acordo com Biography.com Editors (2014), era conhecido pelo seu trabalho na moda e pelos seus retratos minimalistas. Depois da Segunda Guerra Mundial focou-se na fotografia de moda e fotografou profusamente para *Harper’s Bazaar* e *Vogue*, exigindo

---

<sup>8</sup> T.L: “Um retrato fotográfico é uma fotografia de alguém que sabe que está a ser fotografado e o que ele faz com esse conhecimento é tanto uma parte da fotografia como o que ele está a vestir ou como ele se parece”. (AVEDON apud CRAVEN, 2008)

que os modelos transmitissem emoção e movimento, desviando desta forma a norma da fotografia de moda estática. Avedon serviu como fotógrafo pessoal para Harper's Bazaar durante 20 anos, desde 1945 a 1965. Os seus retratos a preto e branco foram notáveis por capturar a humanidade e a vulnerabilidade essenciais que espreitam em figuras de destaque como o presidente Dwight D. Eisenhower, Marilyn Monroe, Bob Dylan e The Beatles. Este continuou a empurrar os limites da fotografia de moda com imagens surrealistas, provocativas e muitas vezes polémicas, nas quais a nudez, a violência e a morte foram proeminentes.



Fig. 88 - Twiggy fotografada por Richard Avedon. Vogue US, Julho, 1967.



**Fig. 89** - Veruschka fotografada por Richard Avedon. Nova Iorque, Janeiro, 1967.



**Fig. 90** - Veruschka fotografada por Richard Avedon. Japão. Vogue, Outubro, 1966. © Pleasure Photo Room.



**Fig. 91** - "Carmen Dell'Orefice in Lanvin-Castillo", Paris. Fotografada por Richard Avedon. Harper's Bazaar, Outubro, 1957. © Pleasure Photo Room.



**Fig. 92** - "Malgosia Bela and Gisele Bündchen dress by Dior Couture", Nova Iorque, Março, 2000. Fotografia por Richard Avedon. © Pleasure Photo Room.

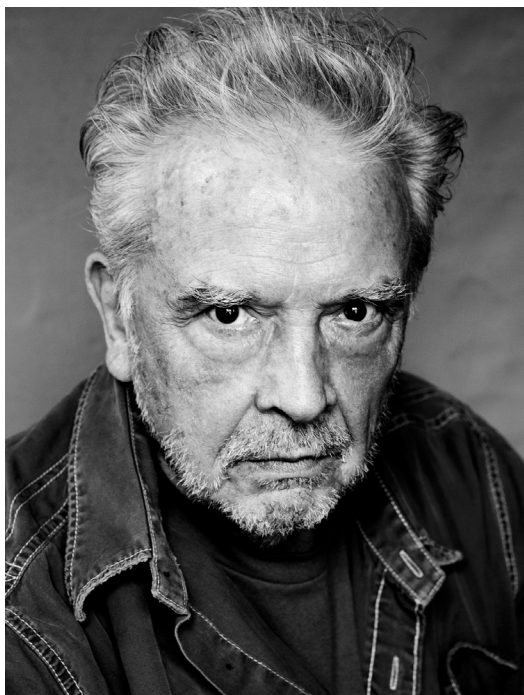
O estilo fotográfico de Richard foi amplamente imitado, inclusive por Steven Meisel. As gerações de modelos emergiram em cenários simples em função do estilo fotográfico de Avedon. Desta forma, as suas imagens transmitiram um poder especial, as experiências e emoções que apresentavam pareciam viver as situações e não apenas imita-las. Os seus retratos nos anos 50 e 60 são vistos como o outro lado das obsessões elegantes das décadas. Se estes eram agradáveis ou deformados, famosos ou desconhecidos, o que importava era que apenas transmitiam as imagens de moda e vice-versa. (HORYN, 2009)

A fotografia icónica numa sessão em 1955 foi “Dovima with Elephants” (ver fig.93), que apresentava a supermodelo da época num vestido de noite preto Dior . A modelo foi colocada entre dois elefantes e as suas costas imperturbavelmente arqueadas seguravam o tronco de um elefante enquanto se aproximava com carinho de outro. A imagem continua a ser considerada uma das mais impressionantes e originais fotografias de moda do mundo. (idem, ibidem, 2009)



**Fig. 93** - “Dovima with elephants, evening dress by Dior, Cirque d’Hiver”. Agosto, 1955. © Richard Avedon.





### **3.2.5. DAVID BAILEY**

**(1938 / LONDRES)**

**Fig. 94** - Fotografia David Bailey, 1938.

David Bailey é um fotógrafo britânico conhecido pelas suas fotografias de moda e também publicidade. Rawlinson (2006), afirma que David (ver fig.94), autodidata e determinado, juntou-se ao estúdio de John French trabalhando como assistente fotográfico. Passado um ano, em 1960, começou a fotografar para a Vogue Britânica, para a qual trabalhou durante cerca de quinze anos.

Em 1963, Diana Vreeland tornou-se a editora da Vogue Americana e David Bailey assina a sua primeira capa para a revista. Ao longo das décadas desde o auge dos anos 60, Bailey tornou-se um acessório na cultura britânica. Orientou comerciais e documentários, campanhas publicitárias, e em 1966, é lançado o filme de Antonioni, *Blow Up*, baseado na figura do fotógrafo, usando o estilo de vida do mesmo como inspiração. (RAWLINSON, 2006; HUDSON, 2014)

David Bailey é um dos fotógrafos mais influentes da segunda metade do século XX. Segundo o site da Vogue Espanhola (2017), é destacado como um criador incansável de mais de trinta livros, documentários e exposições publicados, sendo um dos fotógrafos



que melhor retratou e introduziu as mudanças sociais e visuais ocorridas durante os anos 70 na fotografia, na moda e na capital britânica. Pela sua objetiva, passaram alguns dos rostos mais famosos da história recente e a sua figura é um dos maiores expoentes de protagonista das estrelas (ver fig.96-99).

Conforme o site Encyclopaedia Britannica (2017), o trabalho de moda de Bailey e o retrato de celebridades, caracterizados por fundos radicais e efeitos de iluminação dramáticos, transformaram a moda britânica e a fotografia de celebridades, reservando um estilo jovem e direto.



**Fig. 95** - Jean Shrimpton fotografada por David Bailey. Vogue, Novembro, 1963. © Pleasure Photo Room.



**Fig. 96** - Kate Moss fotografada por David Bailey, 2013. © Pleasure Photo Room.



Fig. 97 - "Dior Haute Couture Archive Vogue UK - Jean Shrimpton models Marc Bohan's pared-down tweed suit, 1965". Fotografia por David Bailey. © Pleasure Photo Room.



**Fig. 98** - Catherine Deneuve fotografada por David Bailey. Janeiro, 1968 para a revista Vogue (mas nunca usada). © Pleasure Photo Room.



**Fig. 99** - Jean Shrimpton fotografada por David Bailey, 1964. © Pleasure Photo Room.

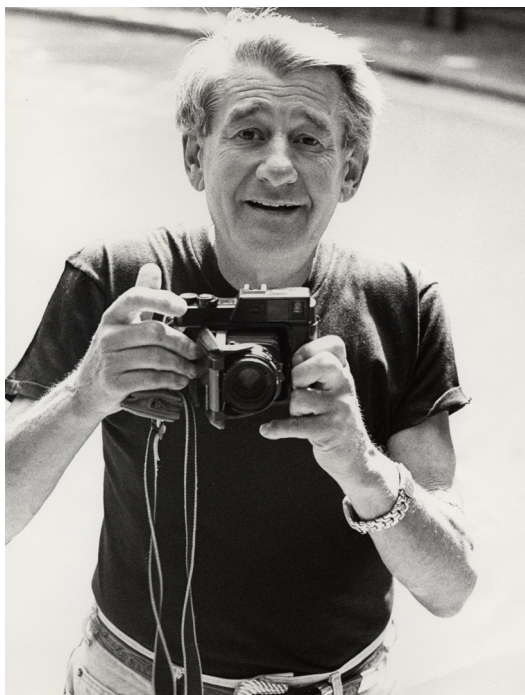


**Fig. 100** - "Actor Dudley Moore and Jean Shrimpton" por David Bailey. Vogue, Junho, 1965. © Pleasure Photo Room.



**Fig. 101** - "Dior Haute Couture Archive Vogue UK - Jane Birkin drifts in layers of white cotton organdie". Fotografia por David Bailey. © Pleasure Photo Room.





### **3.2.6. HELMUT NEWTON**

**(1920-2004 / BERLIM - CALIFÓRNIA)**

Fig. 102 - Fotógrafo Helmut Newton, 1920-2004.

De acordo com o site Arsty (2017), o influente fotógrafo de moda Helmut Newton (ver fig.102) fez grande parte do seu percurso fotografando a preto e branco para a Vogue, sendo algumas das fotografias consideradas bastante provocadoras. No entanto, Newton é considerado um fotógrafo de moda com profundidade narrativa, dando contexto aos seus assuntos, criando cenas estilizadas e sonhadoras.

Helmut Newton estudou na Escola Americana em Berlim. No entanto, conforme o site The Red List (2017) afirma, em 1936, à medida que o seu fascínio pela fotografia começou a surgir, Newton tornou-se assistente do fotógrafo de renome Elsie Simon, conhecido como Yva, em meados da década de 1930 e instalou-se em Singapura em 1938, onde tentou tornar-se fotojornalista, especializado em notícias corriqueiras. Contudo, mais tarde optou por focar-se na fotografia de moda.

Em conformidade com Hamiltons Gallery, na década de 1950 o fotógrafo foi contratado pela Vogue Australiana; pela Vogue Britânica em 1957-1958, e pela Vogue Francesa em 1961; sendo esta uma revista que marcou com as suas imagens registadas durante um

quarto de século. Ao longo dos anos, contribuiu para revistas como Playboy, Queen, Nova, Marie-Claire, Elle e as edições americanas, italianas e alemãs da Vogue (ver fig.104-106).



**Fig. 103** - "Rue Aubriot, French Vogue - dalla serie White Women. Paris 1975, YSL.© Pleasure Photo Room.



**Fig. 104** - Jean Shrimpton fotografada por David Bailey, 1964.



**Fig. 105** - "Supermodel, Willy van Rooy", Fotografia por Helmut Newton. British Vogue, Londres, 1967. © Pleasure Photo Room.



**Fig. 106** - Fotografia de Helmut Newton, Vogue Francesa, 1969. @MailOnline.



Helmut desafiou as convenções e criou uma fotografia provocativa e híbrida que enfatizava elementos de moda, erotismo, luxo, poder, retrato e documentários, produzindo uma interpretação excessivamente estilizada de modos de vida elegantes e decadentes, com uma estética humorística, chocante e erótica. De acordo com Hamiltons Galley (2017), os retratos de celebridades tornaram-se um aspecto cada vez mais importante do trabalho de Newton. Ao longo dos anos ampliou o seu portfólio para incluir inúmeras pessoas que o intrigaram - artistas, cineastas, políticos, entre outros. Muitas dessas fotos foram publicadas na década de 1980 na Vanity Fair.

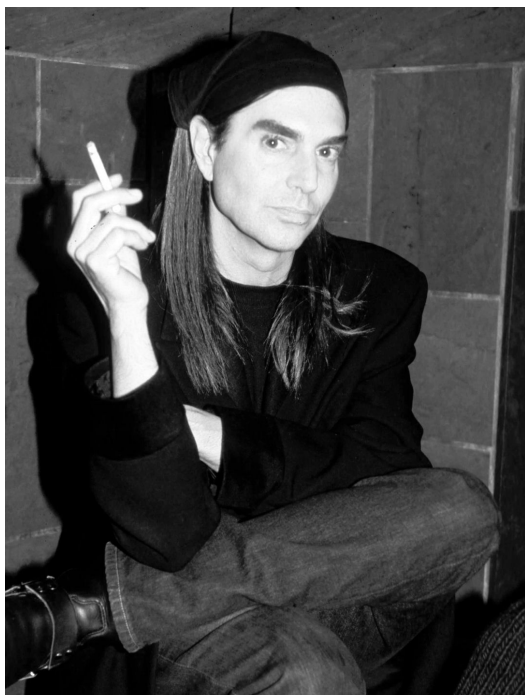
Segundo Helmut Newton Foundation (2017), no ano de 1975 as primeiras exposições do fotógrafo comercialmente bem-sucedido começaram a surgir, tendo lugar a primeira exposição individual na galeria Nikon em Paris. No ano seguinte, ele publicou o seu primeiro livro, *White Women* e mais tarde, em 1990, Helmut foi premiado com o prémio francês "Grand prix national de la photographie".



**Fig. 107** - "Portrait of Margot McKendry" fotografada por Helmut Newton, 1954. © Pleasure Photo Room.



**Fig. 108** - "St. Jean Cap Ferrat, 1978". Fotografia por Helmut Newton. © Pleasure Photo Room.



### **3.2.7. STEVEN MEISEL**

**(1954 / NOVA IORQUE)**

Fig. 109 - Fotografia Steven Meisel, 1954.

De acordo com o site Business of Fashion (2017), Steven Meisel (ver fig.109) é um dos mais conceituados fotógrafos de moda. Nos últimos vinte anos, passou a dominar a indústria da moda italiana fotografando as capas da Vogue italiana (ver fig.110). O site Art and Commerce (2017) afirma que Meisel criou algumas das campanhas e comerciais de moda que incluem marcas como: Christian Dior, Dolce & Gabbana, Versace, Prada, Miu Miu, Loewe, Valentino, Louis Vuitton, Calvin Klein, Moschino, Yves Saint Laurent, Marc Jacobs, Lanvin e Balenciaga.

Meisel começou a sua carreira como ilustrador da Halston e posteriormente trabalhou como ilustrador de moda para *Women's Wear Daily*, posição que ocupou enquanto ensinava ilustração na *Parsons The New School for Design*. Mais tarde, o seu percurso na fotografia começou quando Oscar Reyes, um booker da *Elite Management*, contactou o fotógrafo para retratar alguns dos modelos da agência que acabaram por ser publicadas na revista *Seventeen*. (idem, ibidem, 2017)

Ao nível do seu trabalho editorial a sua estética independente levou-o a produzir algumas das mais controversas histórias de moda. Marc Jacobs descreve-o como “(...) uma

energia surpreendente. (...) uma imagem emocionante, mas as roupas não se perdem.”  
(SCHIRO, 1989)

*“My favourites are the ones that allow me to say something: the black issue; the poking fun at celebrities one; the paparazzi thing; the mental institution one; the ones that I have a minute to think about; all the ones that are the most controversial in fact. But it's not because they are controversial that I like them, but because they say a little more than just a beautiful woman in a beautiful dress. I love that too, but to try and say something is also my goal.”<sup>9</sup> (MEISEL apud BOF, 2017)*



**Fig. 110** - “Editorial: Wild Is the Wild” com fotografia por Steven Meisel. Vogue Italia, Junho 2010.

<sup>9</sup> T.L: “Os meus (editoriais) favoritos são os que me permitem dizer algo: a questão negra; a diversão das celebridades; a “cena” paparazzi; a instituição mental; aqueles em que eu tenho um minuto para pensar; todos os que são mais controversos na verdade. Mas não é porque são controversos que eu gosto deles, mas porque dizem um pouco mais do que “apenas uma mulher bonita com um lindo vestido”. Eu também amo isso, mas tentar e dizer algo também é o meu objetivo.” (MEISEL apud BOF, 2017)





**Fig. 111** - Elise Crombez “Organized Robot” com fotografia de Steven Meisel. Vogue Italia, Março 2006. © Pleasure Photo Room.



**Fig. 112** - Gigi Hadid fotografada por Steven Meisel. Vogue Italia, Novembro 2015.



**Fig. 113**- Lily Donaldson, Gemma Ward & Caroline Trentini fotografadas por Steven Meisel. Vogue US, Dezembro, 2005.



**Fig. 114** - Linda Evangelista com fotografia por Steven Meisel. 2015. © Pleasure Photo Room.





**Fig. 115** - “The Collections” fotografia por Steven Meisel. Vogue Italia, Janeiro 2014.



**Fig. 116** - “Comme des Garçons F/W 2012 RTW”, fotografia por Steven Meisel. Vogue Italia, Julho 2012.



### **3.2.8. MARIO TESTINO**

**(1954 / PERU)**

Fig. 117 - Fotógrafo Mario Testino, 1954.

De acordo com o site e biografia Mario Testino (2017), ao lado da sua prática de 40 anos como fotógrafo, realizou trabalhos como diretor criativo, editor convidado, fundador do museu, colecionador / colaborador de arte e empresário.

Testino (ver fig.117) mudou-se para Londres em 1976 para se concentrar na sua carreira de fotografia de moda. Os seus retratos profissionais tendiam para as composições formais dos fotógrafos ingleses que mais admirava: Cecil Beaton, Diana Cooper, Norman Parkinson. Testino é conhecido em todo o mundo pelos retratos de alguns dos rostos mais famosos - da Família Real, Naomi Campbell, Kate Moss e Madonna (ver fig.118-120). (HICKLIN, 2012; BERRINGTON, 2014)

De acordo com o site Business of Fashion (2017), junto com o trabalho editorial que apresenta regularmente na Vogue e Vanity Fair, é várias vezes solicitado para produzir campanhas publicitárias para marcas de moda conceituadas como: Burberry, Gucci, Dolce & Gabbana, Versace e Yves Saint Laurent. Segundo Encyclopaedia Britannica (2017), foi contratado para fotografar a princesa Diana para a famosa capa da Vanity



Fair, em 1997. Com a morte da mesma nesse ano, o trabalho do fotógrafo tornou-se o último registo oficial da imagem da princesa (ver fig.121).



**Fig. 118** - Naomi Campbell fotografada por Mario Testino. Vogue, 2009. © Pleasure Photo Room.



**Fig. 119** - Kate Moss fotografada por Mario Testino. Harper's Bazaar, 1996.



**Fig. 120** - Sienna Miller fotografada por Mario Testino. Vogue, Janeiro, 2006. © Pleasure Photo Room.



**Fig. 121** - Princesa Diana fotografada por Mario Testino. Vanity Fair, Londres, 1997.



Fig. 122 - Lindsey Wixson fotografada Mario Testino.Vogue Japão, Novembro, 2014.





**Fig. 123** - Lady Gaga fotografada por Mario Testino. V Magazine, Nova Iorque, 2009.



**Fig. 124** - Stella Lucia em "Feisty" fotografada por Mario Testino. Vogue Italia, Fevereiro, 2016.

Testino foi reconhecido inúmeras vezes pelas suas contribuições de caridade. Em conformidade com Berrington (2014), é um embaixador da *Save the Children* e em 2012, lançou uma organização cultural sem fins lucrativos no Peru.

O trabalho de Testino foi exibido em museus de todo o mundo. Segundo o site e biografia Mario Testino, encontra-se entre eles o Museu de Belas Artes de Boston (*In Your Face*, 2012), o Museu *Thyssen-Bornemisza* em Madrid (2010), o Museu *Metropolitano em Tóquio* (Retratos, 2004), entre outras. E ainda, mais de dezasseis livros do seu trabalho foram publicados, incluindo *Let Me In!* (Taschen, 2007), *In Your Face* (Taschen, 2012) e *SIR* (Taschen, 2015).





### **3.2.9. JUERGEN TELLER**

**(1964 / ERLANGEN)**

Fig. 125 - Fotografia Juergen Teller, 1964.

Segundo o site Alison Jacques Gallery, em 1984 o fotógrafo Juergen Teller (ver fig.125) estudou fotografia em *Bayerische Staatslehranstalt für Photographie*, em Munique. Leaper (2013) defende que depois de se formar em 1986, este mudou-se para Londres encontrando trabalho na indústria da música produzindo capas de discos.

Mais tarde começou a trabalhar em fotografia de moda. Na sua primeira capa da *Vogue* britânica em 1994, Teller lançou Kate Moss, com apenas 20 anos. Seguidamente realizou novamente a capa para a edição de Outubro com Linda Evangelista. No entanto, obteve maior reconhecimento em 1996 com a capa da revista *Süddeutsche Zeitung*, com Kristen McMenamy despida exibindo a palavra “Versace” desenhada num coração no seu peito a batom vermelho. (LEAPER, 2013)

De acordo com *Business of Fashion* (2017), a fotografia de Juergen Teller distingue-se na indústria da moda. As imagens que produz são sempre facilmente identificáveis devido à sua dureza inata. Tendo sido apresentado o seu trabalho em revistas como: *THE FACE*, *VOGUE* (Americana, Britânica, Italiana e Francesa), *INDEX*, *W*, *ANOTHER MAGAZINE*, *SELF SERVICE*, *I-D*, *032c*, *DETAILS* e *PURPLE*, entre outros.

Ao longo de sua carreira, conseguiu encontrar um equilíbrio raro entre a criatividade e o comercialismo, desfocando os limites da arte e da publicidade para criar imagens de classe mundial para colaboradores e marcas como Marc Jacobs (ver fig.130-131) (tendo fotografado todas as campanhas de 1998 até 2014), Helmut Lang, Yves Saint Laurent, Vivienne Westwood (ver fig.128) e Céline (ver fig.126), vendendo uma atitude e não um sonho através da fotografia, recusando adaptar a sua estética à ideia puramente comercial.

De acordo com Leaper (2013), a *Photographers 'Gallery* em Londres abriu a primeira grande exposição individual do trabalho de Juergen em 1998. Em 2003, Teller recebeu o prestigiado Prêmio *Citibank* de Fotografia e mais tarde, depois de causar inúmeras controvérsias acerca do seu trabalho fotográfico, lançou a monografia *Keys To The House*, em 2012.



**Fig. 126** - Daria Werbowy e Stella Tennant para a campanha da marca Céline S/S 2011. Fotografia por Juergen Teller.



**Fig. 127** - Kate Moss fotografada por Juergen Teller. Vogue, Maio, 2003.



**Fig. 128** - Vivienne Westwood fotografada por Juergen Teller. Revista I-D.



**Fig. 129** - Louis Vuitton campanha SS16, fotografia por Juergen Teller.





MARC JACOBS STORES WORLDWIDE WWW.MARCJACOBS.COM GINTA AND ANDREJ PHOTOGRAPHED BY JUERGEN TELLER



MARC BY MARC JACOBS

**Fig. 130** - "Marc by Marc Jacobs S/S 2011" Fotografia por Juergen Teller.



WWW.MARCJACOBS.COM



MARIA PHOTOGRAPHED BY JUERGEN TELLER

**Fig. 131** - "Marc by Marc Jacobs - S/S 2014" Fotografia por Juergen Teller.

### **3.3. FOTÓGRAFOS DE MODA NACIONAIS – BIOGRAFIA E OBRA**

Em Portugal também foram vários os fotógrafos de moda que contribuíram de forma positiva para o desenvolvimento e afirmação, não só da fotografia mas ainda das revistas e editoriais. Desta forma destaco seis nomes da fotografia nacional que adicionaram valor ao património português e também internacional da história da moda, percorrendo várias décadas.







### **3.3.1. PEDRO CLÁUDIO** (1926-2016 / TORRES VEDRAS - LISBOA)

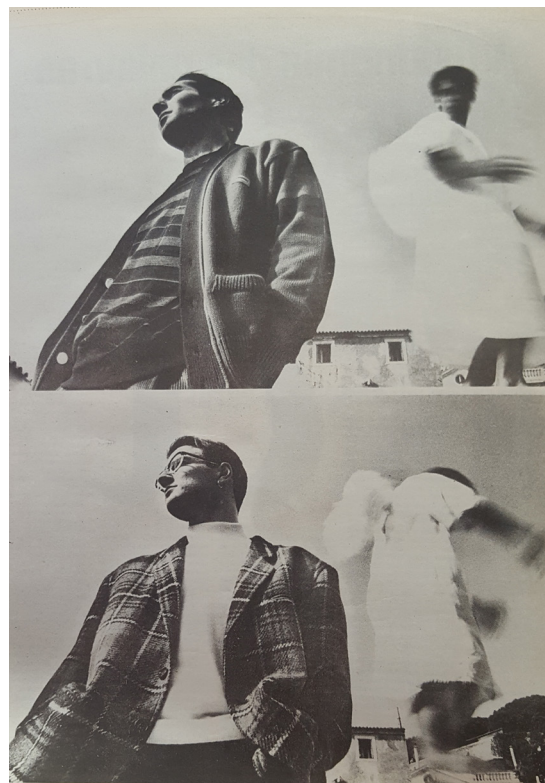
Fig. 132 - Fotografia Pedro Cláudio, 1926-2016.

Pedro Cláudio (ver fig.132) mudou-se com vinte anos para Lisboa, onde viria a estudar Design de Comunicação na Escola Superior de Belas-Artes. Desde os anos 80 que se destacou em vários campos da imagem: na fotografia de moda e de publicidade; na produção de ensaios fotográficos; na realização de *videoclips* para músicos portugueses e ainda, em exposições e livros de fotografia. (BELANCIANO, 2016)

Pedro Cláudio fez parte da geração criativa de fotógrafos que nos anos oitenta lideraram a cultura das imagens que acompanharam a revolução editorial operada em Portugal. No final dos anos 80 começou a colaborar e a publicar trabalhos no jornal O Independente (ver fig.133-134), tornando-se entre 1990 e 1992, fotógrafo residente da revista KAPA. Desde essa altura, e ao longo dos anos, colaborou com “novos” criadores na elaboração dos seus catálogos como: José A. Tenente, Mário Matos Ribeiro, Nuno Gama, entre outros e revistas de moda - Marie Claire, Elle e Vogue -, estendendo-se mais tarde a marcas e eventos como a ModaLisboa ou Encontros de Fotografia de Coimbra, criando imagens para campanhas, catálogos e exposições. (SANTOS 2016; HORTA 2016)



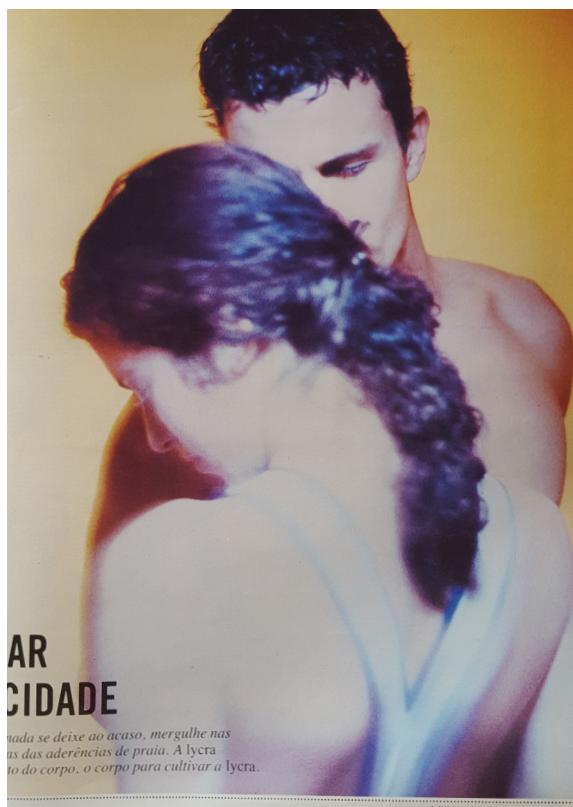
**Fig. 133** - Fotografia da Rúbrica “Vestir - O Outono do nosso contentamento” fotografado por Pedro Cláudio. O Independente, Setembro, 1988.



**Fig. 134** - Fotografia da Rúbrica “Vestir” fotografado por Pedro Cláudio. O Independente, Setembro, 1988.

O professor e comissário de fotografia Sérgio Mah, evidencia o percurso de Pedro Cláudio no que diz respeito às suas particularidades,

*“Ele pertenceu a uma geração que renovou o panorama da fotografia no meio editorial entre os anos 80 e os 90, (...). No seu caso, o que lhe interessava era perceber as possibilidades de um trabalho criativo, de assinatura e de experimentação, mas dentro de uma lógica de trabalho comissariado, ligado ao meio editorial, ou à publicidade, ou à moda, e a partir daí ele construiu uma carreira absolutamente singular em Portugal. Não existe ninguém que tenha tido essa capacidade de renovação criativa e ao mesmo tempo de relação com as oportunidades de trabalho.” (MAH apud BELANCIANO, 2016)*



**Fig. 135** - Fotografia da Rúbrica “Vestir - O Mar e a Cidade” fotografado por Pedro Cláudio. O Independente, Abril, 1990.



**Fig. 136** - Fotografia do editorial “Moda K - L.A. Diva” fotografado por Pedro Cláudio. KAPA, Julho, 1991.

Segundo Belanciano (2016), em meados dos anos 90, Pedro Cláudio optou por não se dedicar em exclusivo à moda (ver fig.135-136). Começou dessa forma a trabalhar com a indústria da música, fotografando artistas e bandas, criando capas de discos e videoclipes de Orelha Negra, Ana Moura, Sam The Kid, Xutos & Pontapés, Buraka Som Sistema, David Fonseca, Camané, Rádio Macau, entre outros.



*“Comecei na fotografia de moda mas rapidamente me alarguei a outras áreas, nomeadamente à música. Na primeira ModaLisboa estava a fazer reportagem para a revista K. (...) Tive a sorte de apanhar esse boom do final dos anos 1980 e do início dos 1990 no princípio e para quem queria viver da fotografia e da fotografia de moda havia muitas oportunidades. Estávamos todos a começar. As edições portuguesas das revistas muitas vezes tinham representantes franceses que nos vinham ensinar, porque ninguém sabia nada sobre revistas de moda. Trabalhei em todas. (...) A fotografia de moda não existe, a moda é que utiliza a fotografia e utiliza tudo enquanto ideário para a produção de imagens – o cinema, a música, a literatura. (...)” (CLÁUDIO apud CARDOSO, 2016)*



**Fig. 137** - “Moda K - L.A. Diva” fotografado por Pedro Cláudio. KAPA, Julho, 1991.





### **3.3.2. INÊS GONÇALVES** (1964 / LISBOA)

Fig. 138 - Fotografia Inês Gonçalves, 1964.

De acordo com o site profissional da fotógrafa (2017), é possível referir que a mesma para além de se dedicar à fotografia também produz e realiza documentários, aplicando a sua área de foco em imagem e comunicação. Inês Gonçalves (ver fig.138) estudou Fotografia no Photographic Training Center em Londres, entre 1985 e 1988. Mais tarde, frequentou o curso de Realização de Cinema Documental dos Ateliers Varan, Programa Gulbenkian de Criatividade e Criação Artística, em 2004.

A revista Marie Claire de 1988 defende que Inês Gonçalves começou a fazer fotografia desde o final dos anos 80. Desde então começou a ter alguma experiência profissional dotada de uma sensibilidade rara que se traduzia no seu trabalho. Durante anos, vários jornais e revistas portuguesas contaram com a sua colaboração, integrando a equipa do jornal O Independente e também assinou um grande número das páginas da revista Marie Claire (ver fig.139-140), sendo a autora da primeira capa em Dezembro de 1988.



**Fig. 139** - “Viver No Campo” fotografado por Inês Gonçalves. Marie Claire, Janeiro, 1990.



**Fig. 140** - “Anos 90: A Nova Vaga” fotografado por Inês Gonçalves. Marie Claire, Março, 1990.



**Fig. 141** - Fotografia do editorial “Amado Mio” pela fotógrafa Inês Gonçalves. KAPA, N°24. Setembro, 1992.



**Fig. 142** - Editorial “Amado Mio” pela fotógrafa Inês Gonçalves. KAPA, N°24. Setembro, 1992.



### **3.3.3. PEDRO FERREIRA** (1964 / PORTO)

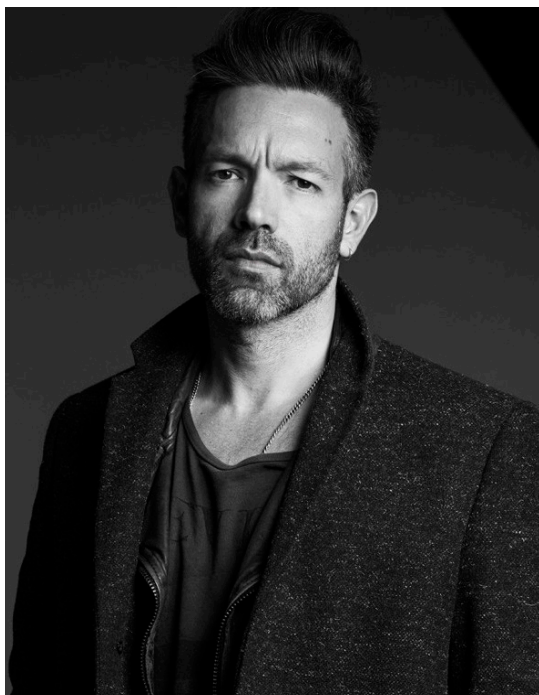
Fig. 143 - Fotografia Pedro Ferreira, 1964.

De acordo com ARTEC (2011), Pedro Ferreira (ver fig.143) é considerado um dos mais conceituados fotógrafos de moda a nível nacional da atualidade. Frequentou o curso de Fotografia do Ar.Co entre 1983 e 1986. No entanto, entre 1987 e 1988 integra o primeiro curso avançado de fotografia do Ar.Co. De seguida, logo após a conclusão do curso, forma com dois colegas o estúdio de fotografia V.E.R. (1989-2005), no qual faz fotografia de publicidade para agências como a *Publicis*, *Young & Rubicam*, *Ogilvy*, etc. Forma o estúdio Pedro Ferreira em 2005 e desde então mantém colaborações regulares com revistas de moda, como a *Vogue* (ver fig.144-145), *Máxima* (ver fig.146), *Elle*, *GQ*, entre outras. Publica ainda trabalhos nas revistas *Vogue* e *GQ* internacionais. Foi galardoado com o Prémio de melhor fotógrafo de moda no *Fashion Awards Portugal 2010*.

O primeiro campo onde se estreou Pedro Ferreira foi na publicidade, onde trabalhou minuciosamente as técnicas e a luz. “No final dos anos noventa apareceram uma série de revistas de moda em Portugal e eu comecei a fazer alguns retratos para estas.” afirma o mesmo. A revista *Máxima*, *Vogue*, *Marie Claire*, *Elle*, *Cosmopolitan*, *GQ*, *Men’s Health* são alguns dos casos, onde publicações com exigência, imagens perfeitas de impressão cuidada, tanto em entrevistas como em produções editoriais revelaram tendências. (RODRIGUES, 2015)







### **3.3.4. MÁRIO PRÍNCIPE** (1974 )

Fig. 148 - Fotografia Mário Príncipe, 1974.

De acordo com Cardoso (2013), Mário Príncipe (ver fig.148) durante a sua formação académica desistiu do curso de Engenharia e formou-se em Design de Equipamento. No entanto o seu percurso profissional passou pela paixão descoberta em testes psico-técnicos: a fotografia, especialmente na área de moda, na qual alia a estética à técnica. Desde então, tem colaborado com as mais destacadas revistas de moda em Portugal, nomeadamente a Vogue (ver fig.149-152), Elle, Glamour, como, também, campanhas para as mais prestigiadas marcas nacionais tornando-se um dos fotógrafos com maior reconhecimento no mercado.

Como referências na fotografia tem Steven Meisel, Mert e Marcus, Greg Kadel, Helmut Newton, David Bailey e Guy Bourdin, entre outros. Em 2011, foi premiado nos Fashion Awards na categoria de Melhor Fotógrafo de Moda. Em paralelo com as campanhas e produções de moda, tornou-se formador na área da fotografia de moda, através do Workshop Project, em 2008. (idem, ibidem, 2013)

O seu trabalho consiste em fotografar para revistas de moda, catálogos e campanhas de marcas. Mário afirma que o que mais aprecia é a técnica, disciplina e a capacidade de se transformar uma produção. (RAMALHO, 2015)





**Fig. 149** - “Anatomia de um Clássico” pelo fotógrafo Mário Príncipe. Vogue Portugal. Setembro, 2013.



**Fig. 150** - Editorial “Anatomia de um Clássico” pelo fotógrafo Mário Príncipe. Vogue Portugal. Setembro, 2013.



**Fig. 151** - “Classe Económica - Beat Generation” pelo fotógrafo Mário Príncipe. Vogue Portugal. Setembro, 2010.



**Fig. 152** - “Classe Económica - Beat Generation”. Fotografia por Mário Príncipe. Vogue Portugal. Setembro, 2010.



### **3.3.5. CARLOS RAMOS** (1962 / LISBOA)

Fig. 153 - Fotografia Carlos Ramos, 1962.

Carlos Ramos (ver fig.153) é fotógrafo e conta com mais de três décadas de carreira, sendo considerado um dos mais respeitados fotógrafos de moda portugueses. A máquina fotográfica que usa para as suas produções, Nikon F3X, guarda um património valioso: 1,6 milhões de disparos, podendo afirmar-se que a mesma conta uma boa parte da história da moda portuguesa. (RODRIGUES, 2015)

De acordo com o site Palavras Ditas (2015), pelo estúdio de Carlos já passaram grandes nomes da televisão, moda, cinema, artes e do desporto português. As primeiras fotografias que tirou foi aos quinze anos, com uma Praktica TL-5 que o pai lhe ofereceu. Desde então, tornou-se um dos nomes de referência da fotografia nacional, com as suas produções a serem publicadas em grandes revistas nacionais como a Vogue, Máxima, Elle, Cosmopolitan, entre outras.

Carlos Ramos começou a trabalhar em 1990, depois de ter frequentado os cursos de Audiovisuais e de Fotografia no IADE, onde é professor de Fotografia desde 1987. Ganhou vários prémios de Melhor Fotógrafo de Moda, entre os quais, por três vezes



consecutivas, em 2005 no concurso *Supermodel Of The World*.



**Fig. 154** - Katya Smirnova pelo fotógrafo Carlos Ramos. Julho, 2014.



**Fig. 155** - "Alice in CoutureLand" pelo fotógrafo Carlos Ramos. Fevereiro, 2013.



**Fig. 156**- "Arte Sales" pelo fotógrafo Carlos Ramos. Agosto, 2014.



**Fig. 157** - "Anos 60" pelo fotógrafo Carlos Ramos. Novembro, 2015.



### 3.3.6. GONÇALO CLARO

Fig. 158 - Fotografia Gonçalo Claro.

Conforme consta no site da agência Just Models (2017), Gonçalo Claro (ver fig.158) começou a sua carreira como manequim, na qual descobriu o gosto pela fotografia. Atualmente é considerado um dos melhores fotógrafos de moda portugueses. Já fotografou diversas campanhas e editoriais de moda para revistas tais como Elle, Máxima, Vogue, Edit Mag (ver fig.159-163), entre outras.



Fig. 159 - “Pixie More Than You See” fotografia por Gonçalo Claro. EDIT MAG, Nº16, Junho 2011.





**Fig. 160** - “Pele Sobre Pele” fotografia por Gonçalo Claro. EDIT MAG, Nº18, Setembro/Outubro 2011.



**Fig. 161** - “Soy Capitán De Mi Vida” fotografia por Gonçalo Claro. EDIT MAG, Nº35, Julho/Agosto 2013.



**Fig. 162** - “Baton Envy, By Estée Lauder - Ousado e Provocador” fotografia por Gonçalo Claro. EDIT MAG, Nº40, Abril 2014.



**Fig. 163** - “YSL - O Som e a Cor da Próxima Estação” fotografia por Gonçalo Claro. EDIT MAG, Nº46, Março/Abril 2015.



### 3.4. STYLING – O QUE É?

Camilla Nickerson, destacada editora de moda e *stylist* dos anos 90 relaciona da seguinte forma a ligação do trabalho dos *stylists* ao *Zeitgeist*:

*“Fashion can be a conduit for ideas, there’s always a message beyond (...), some kind of cultural comment. You might not be directly aware of it, but if it touches you, then something is being communicated. It’s incredibly difficult to convey magic in a photograph with such an influx of images all the time, but when it does work, it really stays with you”.* <sup>10</sup> (LANGKAY, s.d)

O *styling* é uma área da moda que se prende, de forma geral, na forma de combinar roupas e acessórios, exibindo-os de modo mais interessante e atraente, para que sejam vendidos. A sua vertente editorial é uma das disciplinas do *styling*, dedicada à promoção em revistas e campanhas publicitárias, através da fotografia em contexto de editorial, procurando através de um profissional da área, o *stylist*, responsável por escolher os *looks* ou as roupas, a criação de um conceito, de forma a comunicar uma ideia ou tema e promover uma marca ou produto. (MCASSEY & BUCKLEY, 2011, pp.10)

Desta forma, os profissionais desta área podem trabalhar em editorial de moda, *styling* comercial, publicidade, desfiles e eventos de moda, no entanto, também podem trabalhar como *stylists* pessoais com clientes individuais. A dedicação ao projeto no geral também pode consideravelmente variar: um *stylist* que trabalha numa revista ou jornal,

---

<sup>10</sup> T.L.: “A moda pode ser um canal para ideias, sempre há uma mensagem além (...), algum tipo de comentário cultural. Pode não estar diretamente ciente disso, mas se isso o toca emocionalmente, então algo está a ser comunicado. É incrivelmente difícil transmitir magia numa fotografia com tanto fluxo de imagens ao mesmo tempo, mas quando funciona, isso permanece consigo.” (LANGKAY, s.d)

tem a responsabilidade de criar/ programar alguma linha com estética particular e assim terá mais controlo sobre o trabalho. Contrariamente, um *stylist* que trabalhe numa campanha publicitária irá participar numa equipa e terá de ter em conta o cliente e o *briefing* facultado. (MCASSEY & BUCKLEY, 2011, pp.12-13)

É importante analisar com especial atenção os vestuários artificiais e as suas funções comunicativas. Por exemplo, as roupas que os atores de cinema e de televisão vestem ou os manequins num editorial de moda. Desta forma, se uma pessoa com quem jamais tenhamos tido contacto, “entrar em cena”, antes de ter proferido uma palavra ou gesto, passará uma mensagem acerca da sua condição e do seu carácter, através do seu modo de vestir. Isto porque, o modo como são dispostas as peças de roupa, o seu posicionamento, texturas, combinação de cores, entre outros factores, influencia a percepção da mensagem a transmitir. (MANUEL, 1949 apud BALDINI, 2005, pp.121-122)

*“in 1996, Camilla captured the mood of the 90s in her and writer Neville Wakefield’s book »Fashion: Photography of the Nineties«. Its editorial strategy was to juxtapose fashion images with counterparts from the world of art and therefore display the influence of darker and more subversive ideas on styles of fashion photography in those years. Confrontational and often dystopian images by photographers such as Nan Goldin and Cindy Sherman were published alongside the work of David Sims and Steven Klein. It demonstrates the blurring lines of fashion photography and fine art (photography) and therefore deals with its ongoing issues of irrelevance and importance, triviality and value. Nickerson clearly shows throughout her images that fashion can clearly become documentary and documentary can clearly become fashion.*

<sup>11</sup>(LANGKAY, s.d.)

---

<sup>11</sup> T.L: “Em 1996, Camilla capturou o clima dos anos 90 no livro que publicou com o escritor Neville Wakefield, “*Fashion: Photography of the Nineties*”. A sua estratégia editorial era justapor imagens de moda com homólogos do mundo da arte e, portanto, exibia a influência de ideias mais sombrias e subversivas sobre estilos de fotografia de moda naqueles anos. As imagens confrontativas e muitas vezes distópicas por fotógrafos como Nan Goldin e Cindy Sherman foram publicadas ao lado do trabalho de David Sims e Steven Klein. Isso demonstra as linhas embaçadas da fotografia de moda e das belas artes (fotografia) e, portanto, lida com as suas questões atuais de irrelevância e importância, trivialidade e valor. Nickerson mostra claramente em todas as suas imagens que a moda pode tornar-se claramente documentário e vice-versa.” (LANGKAY, s.d.)

Em suma e de acordo com Mcassey & Buckley (2011, pp.18-23), existem quatro aspectos fundamentais no trabalho de *styling*, sendo eles a recolha dos materiais, os modelos para a produção, a proteção das peças e a organização e documentação. Desta forma, o primeiro diz respeito à recolha do material escolhido para o trabalho, sendo que o mesmo se deve adequar ao projeto e à imagem pretendida podendo usar-se peças desde lojas, *showrooms*, feiras *vintage*, entre outros. O segundo recai sobre a escolha dos modelos que devem adequar-se a cada trabalho. O *stylist* juntamente com o fotógrafo elaboram uma lista de manequins e de seguida verificam a sua disponibilidade. A aprovação final dos mesmos fica a cargo da revista ou cliente. Seguidamente consta ao *stylist* o cuidado e proteção das peças que lhe são entregues para a realização do trabalho; tanto durante o armazenamento, o transporte e assegurar as mesmas para que não se sujem voltando assim para a marca, designer ou responsável pelas mesmas nas condições que foram entregues. Por último, a roupa deve ser documentada em vários pontos sendo eles, o designer ou marca, a descrição e o preço, para que desta forma os leitores possam saber o custo e informações sobre os produtos apresentados em questão.



### 3.4.1. O PERCURSO E A PROFISSÃO DE STYLIST

O percurso tradicional de um *stylist* de moda passava pelo curso de jornalismo, como editor de moda a relatar tendências e criando histórias de moda usando palavras e imagens. No entanto, existem agora muitos stylists de renome que entraram na profissão estudando design de moda e outras disciplinas criativas, alguns até mesmo sem estudarem moda. Não existem regras duras para começar um percurso no *styling*. Há benefícios ao ser assistente de *stylist* e em fazer um curso desta disciplina, no entanto é fundamental para o trabalho destes profissionais, saber organizar o seu tempo, comunicar com outras pessoas, trabalhar como parte de uma equipa e resolver problemas, de forma a desenvolver-se a si mesmo em termos profissionais e pessoais. (MCASSEY & BUCKLEY, 2011, pp.26-29)

O *stylist* tem como principal objectivo adequar a forma de vestir ao estilo de vida e personalidade do seu cliente ou marca, necessitando passar uma mensagem através de imagens e precisando para que isso aconteça de uma percepção e análise crítica no que diz respeito a vários componentes da mesma, tais como factores determinantes de luz, posição do modelo, cores e misturas de texturas. No mundo da moda é responsável pela produção de imagem, publicidade e produções em televisão e revistas ou até mesmo, em desfiles, através da construção de looks, coordenando peças e combinando cores e padrões. (FERREIRA, 2016)

Algumas referências associadas a projetos de moda e *styling*, passam pela associação das tendências que se estão a usar atualmente ou numa época específica, seguidamente de influências ao nível dos designers e de revistas de moda. No entanto existem *stylists* que não seguem as tendências da época de estação em estação. Os mesmos aproveitam e podem inspirar-se em qualquer tipo de situação ou objecto. A inspiração pode vir de recolhas visuais como revistas de moda que oferecem visões variadas sobre



a área, arquitetura, arte e filmes, de histórias ou filosofias. (MCASSEY & BUCKLEY, 2011, pp.54-56)

### 3.4.2. A ORIGEM DO STYLING – PRIMEIRAS EDITORAS E REDATORAS DE MODA

Os primeiros *stylists* eram comparados a editores de moda, trabalhando para revistas especializadas na área realizando editoriais. O seu trabalho recaía na edição das roupas e nas páginas das revistas. Desde muito cedo que as sessões fotográficas que davam origem aos editoriais de moda se faziam dirigir mais pelos modelos e pelo fotógrafo do que propriamente pelo editor de moda. A especialidade dos editores de moda surgiu na sequência da necessidade de organizar os conteúdos de moda, estabelecer relações com os costureiros parisienses e mais tarde com a indústria do pronto a vestir, cabendo-lhes a seleção das peças do vestuário a fotografar, temáticas, fotógrafos, locations, etc. (MCASSEY & BUCKLEY, 2011, pp.10-11)

Durante a década de 60 era comum os manequins utilizarem os seus acessórios pessoais, realizar a sua própria maquilhagem e penteado, sem a ajuda de um profissional especializado, sobretudo nas pequenas publicações. As publicações mais mainstream mantiveram, desde os anos 20, equipas especializadas e que eram normalmente oriundas de famílias aristocratas ou da alta finança. Foi no início dos anos 80 que surgiram os primeiros *stylists freelancer* que trabalhavam para novos e vanguardistas projetos editoriais como I-D (ver fig.164-165), BLITZ (ver fig.166) e The Face (ver fig.167-168). Para além do boom criativo que tinha lançado toda uma nova geração de designers de vanguarda, e não existiam muitos profissionais na área e as revistas não disponibilizavam de equipa permanente, os *stylists freelancer* podiam aplicar as suas ideias sem muitas limitações, mais tarde publicadas em revistas e outras plataformas. O *stylist* tornou-se uma parte integral do editorial de moda, contribuindo para o processo de concepção de uma imagem, não estando condicionado a nenhum ponto de vista exterior. (idem, ibidem, 2011, pp.10-11)

O editor ou editora de moda carrega uma influência elevada no que diz respeito ao campo social e profissional onde atua. Por norma, este conduz uma visão inovadora e

singular, aumenta a veiculação da publicação e alarga o alcance da empresa onde exerce as suas produções. Os editores e redatores, mais propriamente do género feminino, influenciaram a moda e esse domínio que em alguns casos, atingiu a escala universal – através não só do trabalho realizado nas revistas e jornais mas também das suas apreciações, do olhar cultural e ainda algum debate e partilha de ideias. (BATEMAN, 2015)



Fig. 164 -Sara Stockbridge fotografado por Nick Knight. Revista I-D, No. 50, Agosto, 1987.





Fig. 165 - "The Art Issue" fotografia por Nick Knight. Revista I-D, No. 28, Agosto, 1985.



Fig. 166 - Capa da revista BLITZ - Pat Benatar - Xutos e Pontapés, Patti Smith. Ano I - N° 10. Fevereiro, 1985.

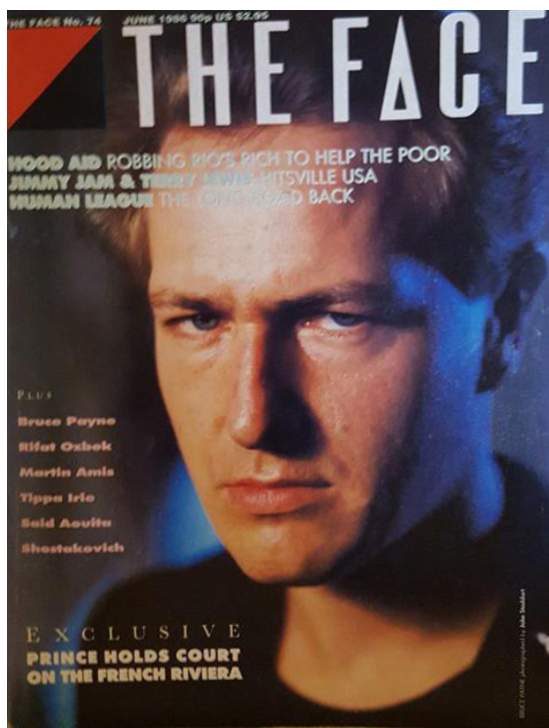


Fig. 167 - Capa da revista THE FACE. N° 74. Junho, 1986.

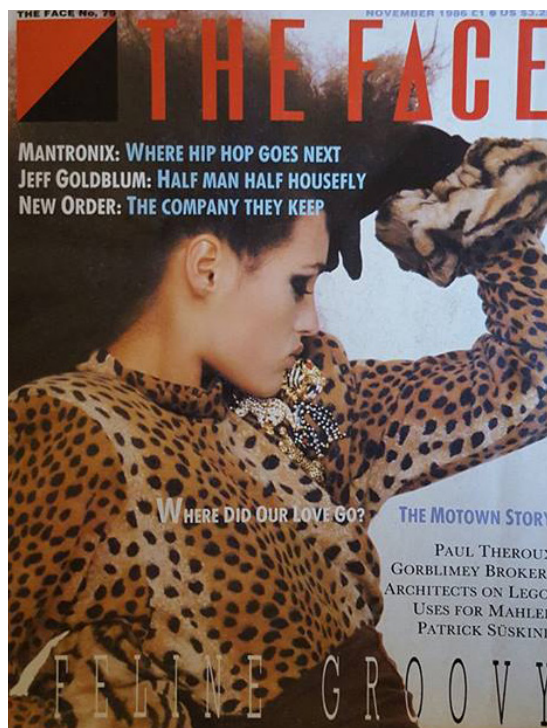


Fig. 168 - Capa da revista THE FACE. N° 79. Novembro, 1986.

De acordo com Iseman (2015), podemos destacar uma personalidade francesa que remota a origem do seu trabalho ao século XVIII. Rose Bertin (ver fig.169) nasceu em 1747, partiu aos 16 anos para Paris e tornou-se aprendiz numa loja de malhas. Durante o seu “estágio”, Rose foi solicitada para entregar vestidos à Princesa de Conti e depois de se familiarizar com a mesma, a qual se tornou mais tarde sua cliente, trabalhou nos conjuntos de roupa para Marie Antoinette. Durante algum tempo, aproveitou os lucros gerados com os trabalhos realizados para Antoinette, porque queria destacar-se em redor das outras mulheres da nobreza e corte. Dessa forma para além de costureira, Bertin torna-se a primeira idealização da profissão de *stylist* ou consultora de imagem, designer e editora, com toda a sua privação em torno do guarda-roupa escolhido para as suas clientes.

Com o seu percurso abriu o caminho para *stylists*, designers e editoras marcando uma linha de trabalho indispensável para as figuras públicas que hoje em dia procuram este tipo de produção. Estes profissionais de moda auxiliam na criação uma imagem para outros indivíduos. Desta forma, a visão de organizar o cabelo, a maquilhagem e os acessórios para complementar as roupas ficam a cargo dos mesmos em conjunto



Fig. 169 - Marie-Jeanne Rose Bertin (1747 – 1813).

com uma equipa. Atualmente, os profissionais de *styling* atendem a uma necessidade considerável que existe no mundo da moda mais propriamente para as celebridades, necessidade essa iniciada por Rose e os seus trabalhos de moda. (idem, ibidem, 2015)

Segundo Wright (2015), Sarah J.Hale nasceu em 1788, em New Hampshire, foi a primeira editora de moda de poder na América. Era interessada pela literatura depois de publicar uma coleção

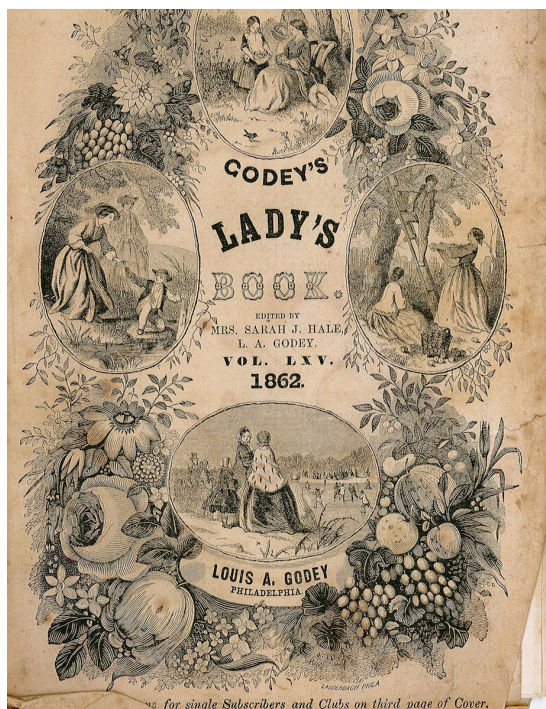


de poemas que foi reconhecida publicou um romance sobre a vida na Nova Inglaterra rural em 1827. Um ano depois tornou-se editora da *Ladies' Magazine* de Boston e foi a primeira mulher americana a tornar-se editora de uma revista.

Em 1837, Sarah (ver fig.170) organizou uma fusão entre *Ladies' Magazine* e *Lady's Book*, que foi publicado por Louis Godey. A nova revista foi chamada *Godey's Lady's Book* (ver fig.171) e logo se tornou a revista de moda mais popular do século XIX. O seu conteúdo apresentava ilustrações de mulheres vestidas com novidades da moda, e ainda artigos de instrução sobre a direção da casa e algumas obras de autores famosos da época. Sarah aposentou-se do trabalho de editora-chefe da revista aos 90 anos, em 1877, tendo morrido um anos depois. (WRIGHT, 2015)



**Fig. 170** - “Sarah Josepha Hale - Editor, Godey's Lady's Book”.



**Fig. 171** - “Godey's Lady's Book and Magazine, Vol. 64, June 1862”.

No entanto, e também no Novo Mundo, a primeira editora de moda reconhecida e influenciadora de todos os tempos foi Carmel Snow, que dirigiu a Vogue a partir de 1920 e posteriormente a Harper's Bazaar em 1932. Snow tinha uma capacidade inata de descobrir novos talentos e a ela se deve a contratação do já famoso Edward Steichen, em 1921, e mais tarde do fotojornalista Martin Munkacsi – que convidou a realizar a primeira sessão de moda, que viria a tornar-se histórica porque era fotografada em movimento e no exterior. A ela se deve também a contratação do lendário director artístico Alexey Brodovitch, que revolucionou as páginas da Vogue, assim como a grande aclamação da primeira coleção de Christian Dior, a que chamou “*New Look*”.

Foi também Carmel Snow (ver fig.172) que descobriu Diana Vreeland, aquela que viria a ser sua sucessora, tendo ainda promovido uma enorme quantidade de escritores e artistas, de Capote a Andy Warhol, Cocteau ou Balenciaga.

Diana Vreeland (ver fig.173), como já referimos anteriormente, foi editora da Harper's Bazaar (1936-1962) e posteriormente da Vogue (1963-1971), sendo por muitos considerada a “Papisa da Moda”, e que igualmente promoveu jovens fotógrafos como Avedon, David Bailey, Helmut Newton, etc.



**Fig. 172** - “Carmel Snow: Editor-In-Chief of Harper's Bazaar 1934”.



**Fig. 173** - A editora Diana Vreeland, anos 80.

Sob a sua forte orientação, a mesma revista começou a refletir o gosto pelo romance, o excêntrico e o ofensivo. Durante a maior parte da década de 1960, quando a moda estava em tumulto, ela comandou a revista Vogue onde cometeu alguns erros aparentes, como ter fotografias experimentais tiradas com uma lente grande angular que distorceram os modelos, dando-lhes grandes cabeças e pés minúsculos. No entanto, os fotógrafos de moda foram amplamente influenciados por aquelas fotografias e tentar simular e experimentar o que as suas lentes poderiam realizar. (MORRIS, 1989)

“Ela foi e continua a ser a única editora de moda génio.” (AVEDON, 1989 apud MORRIS, 1989)

Seguiu-se uma nova geração de editores, e sem pretender ignorar o contributo de nomes mais tangenciais da cena londrina dos anos 1980s e 1990s como Nick Logan, Ray Petri, Lucinda Chambers, destacamos um elenco de stylists internacionais, com base na sua grande relevância.





### **3.4.3. CARINE ROITFELD** (1954 / PARIS)

Fig. 174 - Editora Carine Roitfeld, 1954.

Aos 58 anos, Carine Roitfeld (ver fig.174) é a uma figura de culto no mundo da moda, editora-chefe do CR Fashion Book, diretora de moda global da revista Harper's Bazaar e ex-editora -chefe da Vogue francesa.

Roitfeld começou a sua carreira como modelo para a Vogue americana, mas acabou por se tornar *stylist* e redatora da Elle francesa. Durante o seu percurso colaborou com Mario Testino durante seis anos de consultoria para Gucci e Yves Saint-Laurent, e mais tarde quando ingressou na Vogue francesa como editora, em 2001. Os editoriais sensuais e provocadores levaram ao reconhecimento da revista e dessa forma, as receitas publicitárias aumentaram consideravelmente. Em 2011, deixou a Vogue e em 2012, lançou a primeira edição do *CR Fashion Book*. (RAMSDALE, 2016; BEREZHNA, 2015)





Fig. 175 - Capa da revista Harper's Bazaar com realização por Carine Roitfeld. Março, 2016.





**Fig. 176** - “Arte Equestre” com realização por Carine Roitfeld. Vogue Portugal, Setembro 2004.



**Fig. 177** - “Pirates & Princesses” com realização por Carine Roitfeld e Felix Cooper. Harper's Bazaar, Dezembro, 2015.



**Fig. 178** - “That's Fashion!” com realização por Carine Roitfeld. Harper's Bazaar, Março, 2016.



**Fig. 179** - “Keith Me!” com realização por Carine Roitfeld. Vogue Paris, Novembro, 2009. © 2009 Condé Nast.





#### **3.4.4. EMMANUELLE ALT** (1967 / PARIS)

Fig. 180 - Editora Emmanuelle Alt, 1967.

De acordo com o site da Vogue francesa (2015), Emmanuelle Alt (ver fig.180) deu os seus primeiros passos na indústria da moda com 17 anos como assistente de beleza para a revista Elle. Em 1986, ela ingressou na revista onde se tornou editora-chefe de moda em 1993. Mais tarde, torna-se editora-chefe da revista Mixte em 1998.

Emmanuelle Alt, editora-chefe da Vogue Francesa é considerada uma figura minimalista mas requintada. E em 2001 ela foi contratada como diretora de moda da Vogue francesa por Carine Roitfeld, que substituiria em 2011. Durante o seu percurso, Alt procurou apresentar mais beleza, estilo de vida e uma imagem menos sensual para a revista Vogue. O percurso de Alt na Vogue (ver fig.181-184), juntamente com a consultoria para designers como Balmain e Isabel Marant, transformou-a num dos ícones mais perfilhados do mundo da moda. (BEREZHNA, 2015; ALEXANDER, 2011)





**Fig. 181** - “Valentina Sampaio in Saint Laurent - La beauté transgenre” com styling por Emmanuelle Alt. Vogue Paris, Março, 2017.



**Fig. 182** - “God Save The Queen” com styling por Emmauelle Alt. Vogue Paris, Agosto, 2013.



**Fig. 183** - “More than a Woman” com styling por Emmauelle Alt. Vogue Paris, Dezembro/Janeiro, 2011/2012.



**Fig. 184** - “Kati Nescher in the ELIE SAAB Haute Couture Autumn-Winter 12/13” com styling por Emmauelle Alt. Vogue Paris, Novembro, 2012/2013. a





### **3.4.5. GRACE MIRABELLA** (1930 / NOVA JERSEY)

Fig. 185 - Editora Grace Mirabella, 1930.

Grace Mirabella (ver fig.185) substituiu Diana Vreeland como editora-chefe da Vogue, surpreendendo a indústria da moda, em 1971. No entanto, Mirabella não continha na sua essência uma visão editorial, mas possuía outras capacidades vindas da arte dos negócios. Ainda assim, durante dezassete anos, Grace editou a revista Vogue (ver fig.186-187) e triplicou a circulação da mesma, demonstrando que as habilidades dos negócios são fundamentais no mundo editorial. (BATEMAN, 2015; HODGSON, 1995)

De acordo com Kleinfield (1989), Mirabella ampliou o alcance e o conteúdo da revista. No entanto, outros factores como a chegada da revista Elle que obtivera sucesso repentino, ultrapassando os valores de circulação da Vogue, fizeram com que Grace Mirabella apesar de ser venerada como uma das mulheres mais poderosas da moda perdesse o cargo na Vogue.

Grace Mirabella é considerada por Pittavino (2017), uma das editoras-chefes que marcou a história da Vogue. Nos anos 90, lançou a sua própria revista, Mirabella (ver fig.188-189).



Fig. 186 - Capa da revista Vogue - editora de moda Grace Mirabella. 3 volumes: Maio, Novembro e Dezembro, 1985.



Fig. 187 - Capa da revista Vogue - editora de moda Grace Mirabella. 3 volumes: Março/Julho/Novembro, 1984.

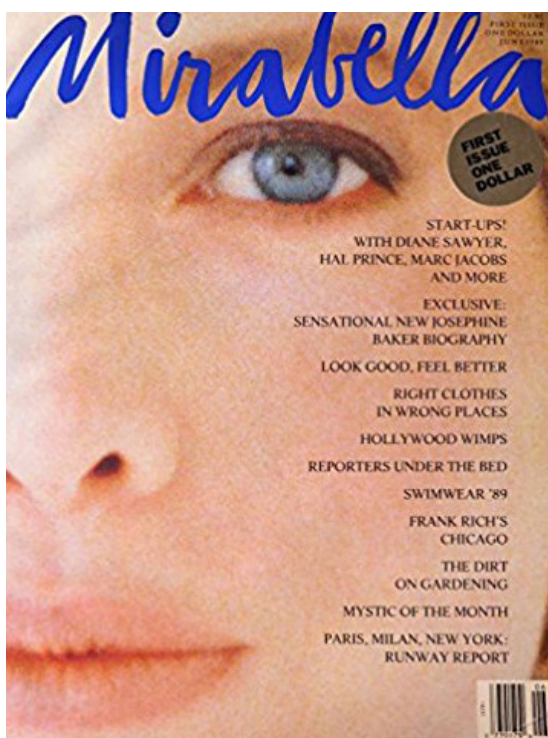


Fig. 188 - Capa da revista Mirabella - 1ª edição.



Fig. 189 - Capa da revista Mirabella. Setembro, 1992.





### **3.4.6. ANNA WINTOUR**

**(1949 / HAMPSTEAD)**

Fig. 190 - Editora Anna Wintour, 1949.

Anna Wintour (ver fig.190) revisitou a publicação e tornou-se uma das figuras mais influentes da indústria da moda, conhecida amplamente pelo seu icónico corte de cabelo e comportamento insípido. Como editora-chefe da *Vogue Americana*, Wintour transformou a revista num fenómeno cultural, mudou toda a cultura da moda para algo em que as mulheres jovens se inspiraram, tornando a *Vogue* uma nova marca demográfica, focando sempre a moda como um estilo de vida. (BATEMAN, 2015; BERGIN, 2014)

De acordo com o site Biography (2015), Anna Wintour começou no departamento de moda de Harper's & Queen em Londres. E ao longo dos anos, subiu para a escala editorial entre publicações de Nova Iorque e Londres. Em 1976, mudou-se para Nova Iorque e assumiu o cargo de editora de moda no Harper's Bazaar. Em 1988 foi nomeada editora-chefe da *Vogue*, evocando decisivamente o fim das supermodelos, mostrando a sua preferência por celebridades e estrelas de *Hollywood* em vez de modelos nas capas da revista (ver fig.191-195). De acordo com o site da Encyclopaedia Britannica (2017), em 1988, Wintour substituiu Grace Mirabella como editor-chefe da *Vogue americana*. O movimento ocorreu três anos após o lançamento americano da revista francesa *Elle*, que tinha ameaçado reduzir a receita de circulação e publicidade da *Vogue*.

O documentário intitulado *The September Issue*, dirigido por RJ Cut, foi lançado em Agosto de 2009, mostrando pela primeira vez o trabalho exigente necessário para produzir uma revista de moda, neste caso a edição de Setembro de 2007 da Vogue Americana, narrando o quotidiano da editora-chefe e os passos de toda a equipa. (CRAVEN, 2008)



**Fig. 191** - Capa da revista Vogue US (Jennifer Lawrence por Annie Leibovitz) - editora-chefe Anna Wintour. Setembro, 2017.





Fig. 192 - Capa da revista Vogue US - editora-chefe Anna Wintour. Maio, 2014.



Fig. 193 - Capa da revista Vogue US - editora-chefe Anna Wintour. Setembro, 2016.



Fig. 194 - Capa da revista Vogue US - editora-chefe Anna Wintour. Outubro, 2015.



Fig. 195 - Capa da revista Vogue US - editora-chefe Anna Wintour. Abril, 2017.



## 3.5. AS ÁREAS DE ATUAÇÃO DO STYLING

### 3.5.1. STYLING EDITORIAL

*“I see editorial photography as being about crafting these little separate worlds. It’s like creating a little scenario. I’m not sure that’s the right word but it’s like writing a book and describing an environment. Creating a separate space, a separate reality, is the side of it that i find most interesting.”*<sup>12</sup> (FOXTON apud MCASSEY & BUCKLEY, 2011, p.66-67)

O editorial de moda é uma ferramenta de venda que conta por norma uma história através de imagens, muitas vezes ilustrando um tema ou conceito. Os stylists de editorial de moda analisam as tendências determinantes no presente. Visualizam as coleções sazonais que são apresentadas nas semanas da moda e atentam aos detalhes, silhuetas, texturas, impressões, cores, formas, que mais tarde utilizarão como chave e inspiração para as traduzirem nas campanhas e publicações para leitores. Desta forma, as páginas dos editoriais de tendências apresentam uma visão que informa o leitor de como utilizar muitas vezes as peças que se veem em passerelle fora da mesma, ou seja, oferece ao leitor uma versão mais acessível da tendência.

Geralmente em revistas especializadas, alguns stylists trabalham em tempo integral sob o título de editor de moda ou assistente de editor de moda. Os hairstylists e makeup artists são quase sempre freelancers; trabalhando com um salão de cabeleireiro ou representados por uma agência. (MCASSEY & BUCKLEY, 2011, pp.18-23; DINGEMANS, 1999, p.13 )

---

<sup>12</sup> T.L.: “Eu vejo o editorial fotográfico como a elaboração de pequenos mundos separados. É como criar um pequeno cenário. Eu não tenho a certeza se esta é a palavra certa mas é como escrever um livro e descrever um ambiente. A criação de um espaço separado, uma realidade separada, é esse o lado que eu acho mais interessante.” (Foxton apud Mcassey & Buckley, 2011, p.66-67)

Segundo Dingemans (1999, p.8), a maioria das revistas semanais e mensais são produzidas pela equipa editorial três meses antes da publicação. Isto significa que a edição que se compra em Setembro foi produzida em Maio. A edição de Natal terá sido produzida em Agosto/Setembro e assim sucessivamente. Os desfiles de moda de designers em Londres, Paris, Milão e Nova York acontecem aproximadamente a cada seis meses e são utilizados como máquinas de publicidade para os designers. Eles permitem aos editores de moda a visualização das principais influências e direções a tomar para uma determinada estação.

Os redatores de moda procuram influências e direções, sendo importante para os mesmos ter um conhecimento vasto da história do traje e da arte, de forma a identificar o que inspirou o designer na coleção e definir as influências e referências históricas. Os stylists procuram as tendências e direções visuais, tomando nota do cabelo, maquiagem e acessórios e como eles estão juntos para formar uma “silhueta total”. (idem, ibidem, 1999, p.8)



### 3.5.2. STYLING COMERCIAL

De acordo com Mcassey & Buckley (2011, pp.76-78), o *styling* comercial é utilizado para vender produtos de moda e serviços a um público específico. As imagens comerciais são transmitidas através de canais promocionais tradicionais, como a televisão, o cinema, desfiles, outdoors e em revistas e catálogos impressos e online. O *stylist* comercial trabalha com uma variedade de clientes em projetos diferentes e desta forma deve centrar-se no cliente, procurar ideias e sugestões durante o processo criativo junto da equipa de trabalho a fim de conseguir um projeto conciso e produtivo. Esta forma de *styling* oferece menos liberdade criativa do que o editorial no entanto, sendo os projetos de publicidade mais lucrativos.

O propósito básico do *styling* comercial é anunciar ou promover um produto de moda categorizado em diferentes áreas especializadas quer seja através de imagens comerciais transmitidas em fotografias em anúncios de revista, catálogos ou campanhas promocionais, ou por meio de relações públicas para um vendedor, designer, fabricante ou empresa especializada e ainda em outdoors, desfiles, cinema e televisão. Normalmente é o fotógrafo ou diretor de arte da agência de publicidade que consagra o *stylist* para os trabalhos, no entanto o cliente em alguns casos pode ter um *stylist* específico que deseja usar. (DINGEMANS, 1999, p.6)



### 3.5.3. STILL LIFE STYLING

A apresentação de *still life* é utilizado em todas as áreas da indústria da moda e é um componente essencial no marketing destes produtos para as marcas e designers. Um catálogo de *still life styling* é focado no produto podendo dar destaque à cor da peça, detalhes específicos, etc. Para o *styling* editorial e o *still life styling* existe geralmente uma abordagem mais conceptual onde o produto se encaixa numa história ou ajuda a comunicar uma mensagem publicitária. Para a disposição dos catálogos *still life* em formato de revistas *online*, ou páginas de publicidade, as marcas irão necessitar do contributo dos *stylists* e da sua experiência para exhibir e montar os produtos da melhor forma, procurando vantagem total sob o trabalho. (MCASSEY & BUCKLEY, 2011, p.84)

De acordo com Mcassey & Buckley (2011, pp.88-93), algumas das técnicas deste tipo de trabalho são: a localização dos produtos, de modo a comunicar o estilo de vida do produto quer seja funcional ou de aspiração; empilhar de forma a mostrar ao cliente a mesma peça em várias cores, aplicando técnicas de dobragem de modo a construir várias linguagens; em componentes de modo a conjugar várias peças fotografadas separadamente, coordenando-as no fim para uma estilização; em forma de *outfit* ajudando o cliente menos confiante na compra de várias peças agrupadas oferecendo uma imagem detalhada e por fim, é ainda possível através de um manequim oferecer uma imagem tridimensional da peça real.





### 3.5.4. PERSONAL STYLING

O *syling* pessoal abrange a consultoria de imagem e cor, *styling one-to-one* e compra de orientação para clientes privados ou aconselhamento. Esta áreas tem vindo a crescer rapidamente nos últimos anos, com o aumento do *styling* individual para celebridades, oferecendo um serviço mais personalizado para os clientes de todas as idades, tamanhos e formas.

Geralmente o público que procura este serviço encontra-se num parâmetro de alteração da sua vida pessoal ou até em situações de falta de autoestima. Desta forma, cabe ao profissional um conhecimento do assunto e a capacidade de oferecer e articular informações, aumentando a confiança do cliente ajudando-o a manusear o seu guarda-roupa em função do que lhe favorece. Desta forma, em primeiro lugar é necessário perceber qual o perfil e objetivo do cliente através de pontos essenciais como: o seu estilo de vida; o orçamento que deseja gastar; formas do corpo e idade para que se destaquem peças, cores, formas, texturas e tamanhos que favoreçam a pessoa em questão e o próprio guarda-roupa, de forma a perceber que roupas pode descartar e desta forma adquirir novas que completem o mesmo. (Mcassey & Buckley, 2011, pp.94-96)

Em suma, é possível concluir que existem diferentes tipos de *styling* e o processo pelo qual os conceitos são desenvolvidos e as imagens são executadas. Por isso, é possível enumerar características comuns aos diversos cargos da profissão de *stylist*. Primeiramente, a profissão de *stylist* tem como base um trabalho em equipa, produzindo diversos conteúdos para um único fim, o produto final. Em segundo lugar é um trabalho que acarta normalmente um briefing que pode ser escrito pelo próprio *stylist - freelancer* -, ou por um editor, uma empresa de produção ou agência de publicidade, um designer, entre outros. E por fim, o profissional deve gostar do que produz, utilizar linguagem simpática nas relações entre colegas de equipa e clientes que são indispensáveis ao desenvolvimento de um trabalho mais produtivo em função do resultado final.



### **3.6. OS PROTAGONISTAS DA ÁREA DE STYLING**

Sem pretender um levantamento exaustivo dos mais prestigiados atores deste universo, procedi, não só a uma análise comparativa entre as características do trabalho desenvolvido por profissionais orientais e ocidentais, como também constituí um painel de influenciadores estrangeiros da área editorial, reservando os dados específicos de Portugal para o próximo capítulo.

#### **3.6.1. ORIENTE VS OCIDENTE**

O diretor criativo da marca Sacai, Daisuke Gemma, afirma que os *stylists* japoneses são peritos em saber como se coordena o estilo porque a influência deste é definida pelo público. “A maneira como os *stylists* misturam roupas é única porque no Japão, mesmo as pessoas comuns na rua têm um estilo interessante e dessa forma, influenciam os *stylists*.” (GEMMA apud CLARKE, 2017)

No entanto, enquanto o estilo japonês é famoso em várias partes do mundo, os *stylists* são um grupo relativamente enigmático para o mundo exterior. Poucos apreciam o foco internacional. Yacco Takahashi é um dos primeiros *stylists* profissionais do Japão e é mais conhecido pelo seu trabalho com o designer Kansai Yamamoto. Outra *stylist*, Sonya Park, trabalhou com o fotógrafo japonês Takashi Honma e começou a usar mais manequins japoneses, promovendo roupas de designers japoneses e criando um estilo de rua no Japão. (idem, ibidem, 2017)

Takashi Kumagai, um dos principais fotógrafos do Japão que não só é especialista em moda como também é designer de moda, afirma que admira os *stylists* japoneses a nível do seu trabalho global.

*“I admit that I like the Japanese stylists who work on a global level (...) They make the world their stage. But all Japanese stylists are unique in that they have a deep understanding of the history and background of clothing. They are, in a way, artisans. Styling in Japan might best be understood as descriptive in the way that it pays closer attention to the clothing, rather than focusing on the final photograph.”<sup>13</sup>*  
(KUMAGAI apud CLARKE, 2017)

De acordo com o site Business of Fashion (2017), Mitsuko Watanabe, editor-chefe da Vogue Japão, afirma que a quantidade de informação que as revistas de moda japonesas têm, é trabalho dos *stylists* para que possam manter atualizada a revista no sentido do estilo e da moda no atual época de forma a transmitir visualmente essas tendências aos leitores. Desta forma, o *styling* ocidental e o *styling* oriental não têm muito a ver na sua influência e composição. É possível distinguir entre os dois várias características em termos de imagem e produção de histórias.

*“[They] work with what is known as ‘So-En style’ [named after the Bunka Fashion College magazine], which means very layered styling, and focuses on big volume. They have this innate sense of fashion that’s so different. In the West it’s very sexy and more about the body, whereas here it’s not... You might have young girls looking like grandmas. It’s very much a fairytale that sells a story.”<sup>14</sup>* (JANETTE apud CLARKE, 2017)

---

<sup>13</sup>T.L: “Eu admito que gosto dos stylists japoneses que trabalham num nível global (...) Eles fazem do mundo o seu palco. Mas todos os stylists japoneses são únicos, pois têm uma compreensão profunda da história e do plano de fundo da roupa. Eles são, de certa forma, artesãos. O estilo no Japão pode ser melhor entendido como descritivo na forma como o país está mais atento à roupa, em vez de se concentrar na fotografia final.” (KUMAGAI apud CLARKE, 2017)

<sup>14</sup>T.L: “Eles trabalham com o que é conhecido como “So-In Style”, que é um estilo muito em camadas, e que se concentra em grande volume. Eles têm esse sentido inato de moda que é tão diferente. No Ocidente é muito sexy e mais sobre o corpo, aqui não é (...) É possível aqui encontrar-se jovens que se parecem com avós. É muito um conto de fadas que vende uma história.” (JANETTE apud CLARKE, 2017)



### 3.6.2. OS STYLISTS INTERNACIONAIS



#### 2.1. GRACE CODDINGTON

(1949/ PAÍS DE GALES)

Fig. 196 - Stylist Grace Coddington, 1949.

Grace Coddington (ver fig.196) mudou-se para Londres aos 18 anos e matriculou-se na Escola de modelos de Cherry Marshal., em 1959. No mesmo ano, Coddington entrou no *Young Model Competition* da Vogue Britânica e conquistou o primeiro lugar. Nos anos 70, torna-se uma das manequins mais bem-sucedidas da época, isto antes de inspirar a área da moda como editora de moda da Vogue britânica, onde trabalhou até ao fim de 1986, quando recebeu o cargo de diretora de design da marca Calvin Klein em Nova Iorque, em 1987. Finalmente, em 1995, Coddington tornou-se a diretora criativa da Vogue americana. (COOKE, 2012; ROFF, 2012)

É atualmente uma das figuras mais respeitadas do mundo da moda, conhecida pelo amor que dedica à área como parte da arte e pela criação irrepreensível de histórias dentro das fotografias referentes ao seu trabalho, que se mostra altamente artístico e inovador, na procura pela perfeição através da imaginação (ver fig.197-202). (idem, ibidem, 2012)

De acordo com Wiseman (2012), o seu trabalho com os maiores fotógrafos do mundo, incluindo Helmut Newton e Mario Testino, foi uma característica particularmente referida no documentário de RJ Cutler em 2009. Este transformou-a numa heroína da moda porque Grace parecia lutar contra as tendências e o comercialismo em busca da beleza da moda, através da sua estética romântica e riqueza de detalhes.



**Fig. 197** - “Paris, Je t’aime” styling por Grace Coddington. Fotografia por Steven Meisel. Vogue US, Setembro, 2007.





Fig. 198 - "Joy to the World" styling por Grace Coddington. Fotografia por Steven Meisel. Vogue US, Dezembro, 2002.



Fig. 199 - "Alice In Wonderland" styling por Grace Coddington. Fotografia por Annie Leibovitz. Vogue US, Dezembro, 2003.





**Fig. 200** - "Beauty & the Beast" styling por Grace Coddington. Fotografia por Annie Leibovitz. Vogue US, Abril, 2005.



**Fig. 201** - "Alighting" styling por Grace Coddington. Fotografia por David Sims. Vogue US, Outubro, 2007.



**Fig. 202** - Editorial "Alice In Wonderland" com styling por Grace Coddington. Fotografia por Annie Leibovitz. Vogue US, Dezembro, 2003.





## **2.2. KARL TEMPLER**

**( LONDRES)**

Fig. 203 - Stylist Karl Templer.

Segundo o site oficial de Karl Templer (2017), este é um *stylist* e diretor criativo de moda em Nova Iorque. Karl (ver fig.203) colabora frequentemente com a Vogue Italiana e desenvolve conceitos para campanhas, desfiles e coleções de moda, concebendo parcerias com muitos fotógrafos, maquilhadores, cabeleireiros e músicos, na direção criativa das produções para as marcas (ver fig.204-207). Conta à mais de dez anos, com inúmeros trabalhos para publicações internacionais como Vogue Italiana, The Face, Arena Man +, Pop, W, The New York Times e Love.

De acordo com Business of Fashion (2017), Karl é um dos poucos *stylists* e diretor criativo da revista Interview. Enquanto este desenvolvia as suas produções com 27 anos, Steven Meisel (fotógrafo de moda), encaminhou-o para a Vogue italiana, tendo permanecido até aos dias de hoje concebendo colaborações produtivas na revista.



**Fig. 204** - "Coach 1941 - Fall Winter 16/17" styling por Karl Templar. Fotografia por Steven Meisel.



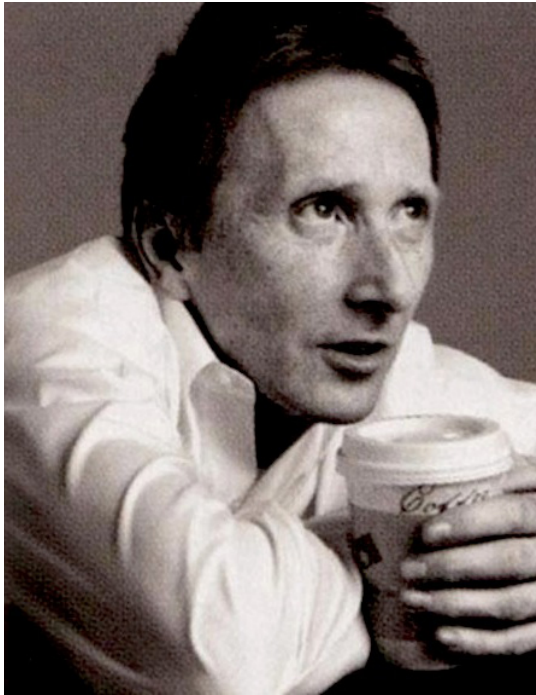
**Fig. 205** - "The Art of Shopping" styling por Karl Templar. Fotografia por Mikael Jansson. Interview Magazine, Março, 2013.



**Fig. 206** - "The Collections" styling por Karl Templar. Fotografia por Steven Meisel. Vogue Italia, Janeiro, 2014.



**Fig. 207** - "Alighting" styling por Grace Coddington. Fotografia por Craig McDean. Interview Magazine, Maio, 2016.



## 2.3. JOE MCKENNA

( GLASGOW)

Fig. 208 - Stylist Joe McKenna.

McKenna (ver fig.208) é um dos *stylists* mais famosos e mais emblemáticos da história da moda. Depois de algum sucesso como ator na sua infância, mudou-se para Londres quando tinha 16 anos, conseguindo papéis em filmes como “Absolute Beginners”. (LIMNANDER, 2007)

Em conformidade com *Business of Fashion* (2017), Joe McKenna no fim dos anos 1980-1990s era o diretor de moda na Revista T do New York Times e as suas campanhas para a marca Calvin Klein, filmadas por Bruce Weber, viriam a definir a sua fotografia. A estética do *stylist* recai sob uma elegância absoluta e harmonizada com proporções estudadas e simplicidade que destoa o espantoso engenho indispensável para criá-la. McKenna contribuiu para Vogue Americana, Vogue Francesa, V, Vanity Fair, W, The Face, Man +, Love, Self Service, Rolling Stone e I-D. Nos últimos anos, McKenna dirigiu campanhas para Yves Saint Laurent, Versace, Z Zegna, Miu Miu, Jil Sander, Giorgio Armani, Balmain e Chloe. Em 2017, McKenna lançou seu primeiro filme: um documentário de 25 minutos sobre *Azzedine Alaïa*.



*“I strongly believe in the concept of teams (...) I’m always just part of a team and I don’t think there should be too much relevance put on any one member of that team. We’re all there to try to create a great image, whether it’s an advertising client or an editorial job, and I don’t think too much light should be shone on the stylist alone.”<sup>15</sup>*

(MCKENNA apud WALDRON, 2010)

Mckenna lançou duas edições de uma revista chamada Joe. Segundo Limnander (2007), a primeira edição da revista foi publicada em 1992, com Miuccia Prada e David Sims (ver fig.210-211), Craig McDean e Steven Klein. A segunda edição foi publicada em 1998 e ambas tornaram a fotografia de moda mais criativa, selvagem e crescente na época.



**Fig. 209** - Styling por Joe Mckenna, fotografia por Karim Sadli. Vogue Paris, Novembro, 2013.



**Fig. 210** - Styling por Joe Mckenna, fotografia por David Sims. Vogue Paris, Março, 2012.

<sup>15</sup> T.L: “Eu acredito fortemente no conceito de equipas. (...) Eu sou sempre apenas uma parte da equipa e não acho que devia ser colocada muita relevância em qualquer membro no sentido individual mas sim em toda a equipa. Estamos todos a tentar criar uma boa imagem, seja para um cliente publicitário ou para um trabalho editorial e eu não acho que deveria brilhar muita luz apenas num único stylist.” (MCKENNA apud WALDRON, 2010)





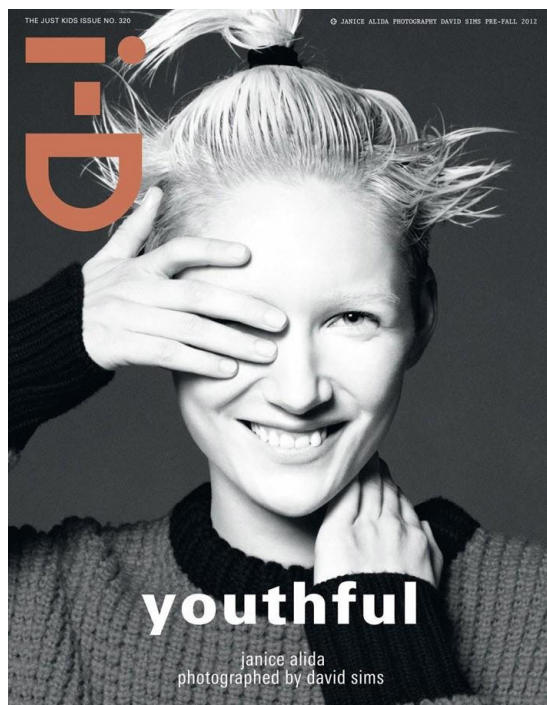
**Fig. 211** - Janice Alida com styling por Joe Mckenna e fotografia por David Sims. Vogue Paris, Outubro, 2012.



**Fig. 212** - Capa da revista Vogue Paris com styling por Joe Mckenna e fotografia por Mert Alas and Marcus Pigot. Novembro, 2008.



**Fig. 213** - Tom Daley e Kate Moss com styling por Joe Mckenna, fotografia por Bruno Weber. Vogue Italia, Março, 2010.



**Fig. 214** - Capa da revista I-D com styling por Joe Mckenna e fotografia por David Sims. Pre-Fall, 2012.





**OS MEDIA E O STYLING  
EM PORTUGAL**

O capítulo quarto da dissertação pretende analisar a evolução da disciplina do *Styling* em Portugal, objetivo principal desta dissertação, tal como expresso na página 1 do primeiro capítulo, através da metodologia de Casos de Estudo, - cujos dados constam nos Anexos 1 e 2 - foi-nos possível acompanhar a evolução de um alargado conjunto de media nacionais e identificar protagonistas das várias gerações de *stylists*, por forma a conseguir estabelecer parâmetros que permitiram concluir da evolução desta área em Portugal, entre os finais dos anos 1980s e a atualidade. Foi ainda utilizada a metodologia de Entrevistas a Especialistas ao painel de amostragem definido.



## **4.1. OS MEDIA ESPECIALIZADOS: CASOS DE ESTUDO**

No sentido de complementar a informação recolhida e sempre com o objetivo de recolher o maior número de dados possível que pudessem contribuir para o entendimento da evolução da disciplina de *styling* em Portugal, procedi a um sistema de observação direta que passou pelo levantamento exaustivo dos media especializados – compreendendo o período imediatamente pré 25 de Abril até à contemporaneidade, período que antecede e acompanha o boom das revistas especializadas em moda, estudo que serviu igualmente para a identificação dos mais relevantes *stylists* da curta e recente história da moda e editorial nacionais. Utilizando os arquivos da Hemeroteca Municipal de Lisboa, foi-me facultado um vasto arquivo referente a edições das revistas e jornais, periódicos ou mensais relacionados com moda e outras áreas.

### **4.1.1. METODOLOGIA DOS CASOS DE ESTUDO**

Como objeto de análise foram definidos meios que a seguir se elencam, tendo sempre em atenção a sua cronologia. Importa igualmente referir que os títulos MARIE CLAIRE, ELLE e VOGUE são licenciados nacionalmente, dependendo da supervisão das editoras internacionais. O projeto editorial MÁXIMA, não só era inspirado no modelo da MADAME FIGARO francesa, como também estava a ele ligado por contrato editorial. Os períodos analisados constam entre parênteses junto ao título.

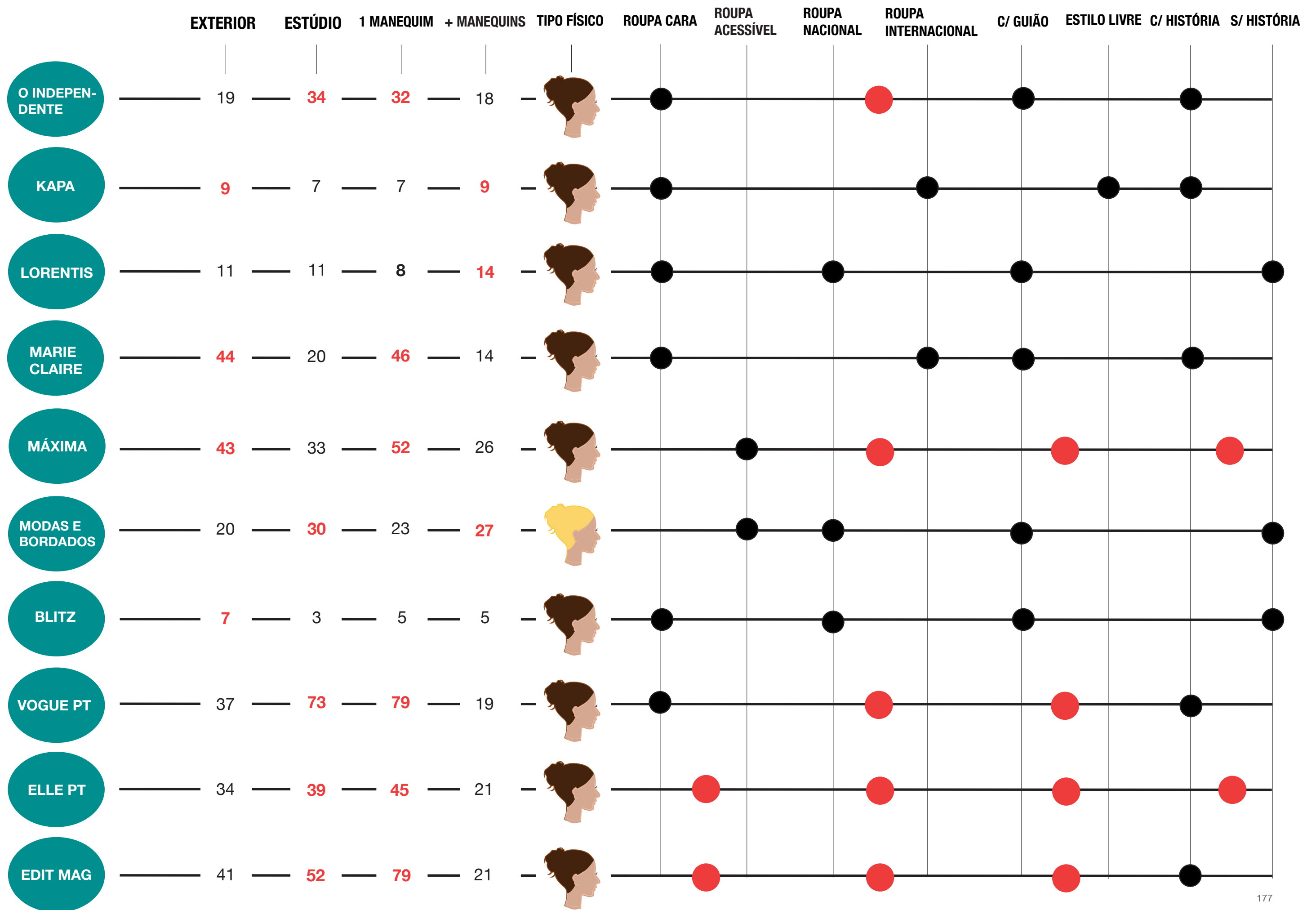
- **LORENTIS** (71-73);
- **MODAS E BORDADOS** (72-82);
- **Jornal BLITZ** (84-90);
- **Jornal O INDEPENDENTE** (88-90);
- **MARIE CLAIRE PORTUGAL** (88-91);
- **KAPA** (90-93);
- **MÁXIMA** (88-91 / 2010-2016),
- **VOGUE PORTUGAL** (2003-2016),
- **ELLE PORTUGAL** (88-91 / 2010-2016)
- **EDIT MAG** (2010-2016).

Inicialmente, organizei a metodologia dos casos de estudo de forma a pesquisar parte das revistas e jornais especializados de moda em Portugal como: o Jornal Feminino; Revista Modas e Bordados; Linda; Lorentis; Eva; Ela Donas de Casa; Jornal Expresso; Única – Público; Coleções; Jornal Blitz; Máxima; Marie Claire; Elle; Vogue; Edit; Jornal O Independente; Kapa; Up Magazine; Divo Magazine; Magnitude; GQ; Umbigo e DIF.

De seguida, investiguei quais destas eram possíveis examinar de forma palpável para que o contato fosse direto construindo uma ligação familiar com o objeto de análise. Assim, os media escolhidos para dissecar foram: as revistas LORENTIS; MODAS E BORDADOS; MARIE CLAIRE PORTUGAL; KAPA; MÁXIMA; VOGUE PORTUGAL; ELLE PORTUGAL; EDIT MAG e ainda os jornais BLITZ e O INDEPENDENTE. Esta análise contou com a revisão de 345 números das revistas referidas acima, sendo desenvolvida ao longo de vários meses com o auxílio do arquivo disponibilizado pela Hemeroteca Municipal de Lisboa e também a Biblioteca Nacional de Lisboa. Para além destas revistas ainda analisei a revista Up Magazine e parte da revista Eva, no entanto não conseguindo informações relevantes para a investigação e temática desenvolvida.

A partir da identificação destes meios escolhi um período temporal de análise dos mesmos, desenvolvendo um estudo a vários níveis de forma a perceber se existiu uma evolução e desenvolvimento significativo a nível do styling e das áreas ligadas à moda/beleza. Relativamente aos editoriais tentei perceber quando começaram a surgir mais produções nas revistas, quais os profissionais de styling, fotografia, hairstyle e makeup, entre outros. Posteriormente, foi realizado um registo de fichas técnicas das revistas e as alterações ao longo dos tempos, os tipos de editoriais quer a nível de localização, arquétipo dos manequins, as roupas e marcas utilizadas (ver tabela 1).

Finalmente, todos os conteúdos registados foram compilados em versão digital em documentos que serviram de base para a contagem dos resultados, distribuição de informação, formatação de perfis das revistas e jornais e posterior realização de gráficos percentuais e tabelas explicativas e sintetizadas (ver gráfico 1 e 2).

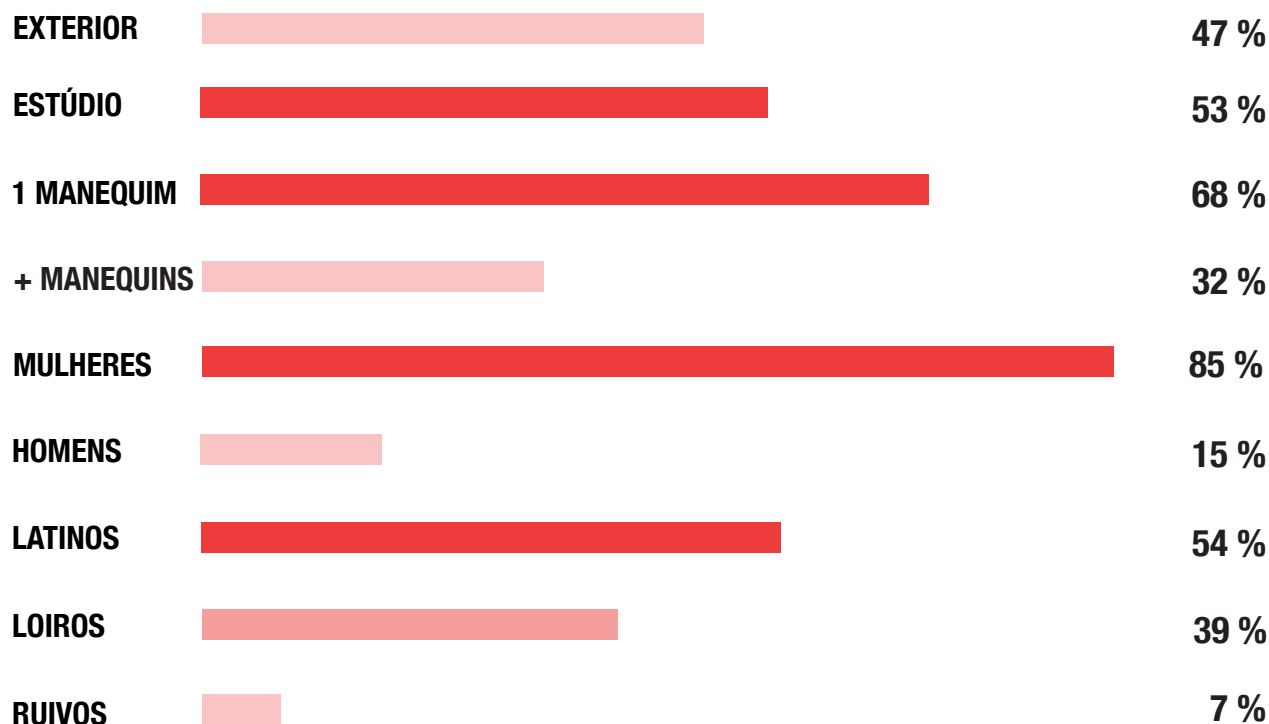


---

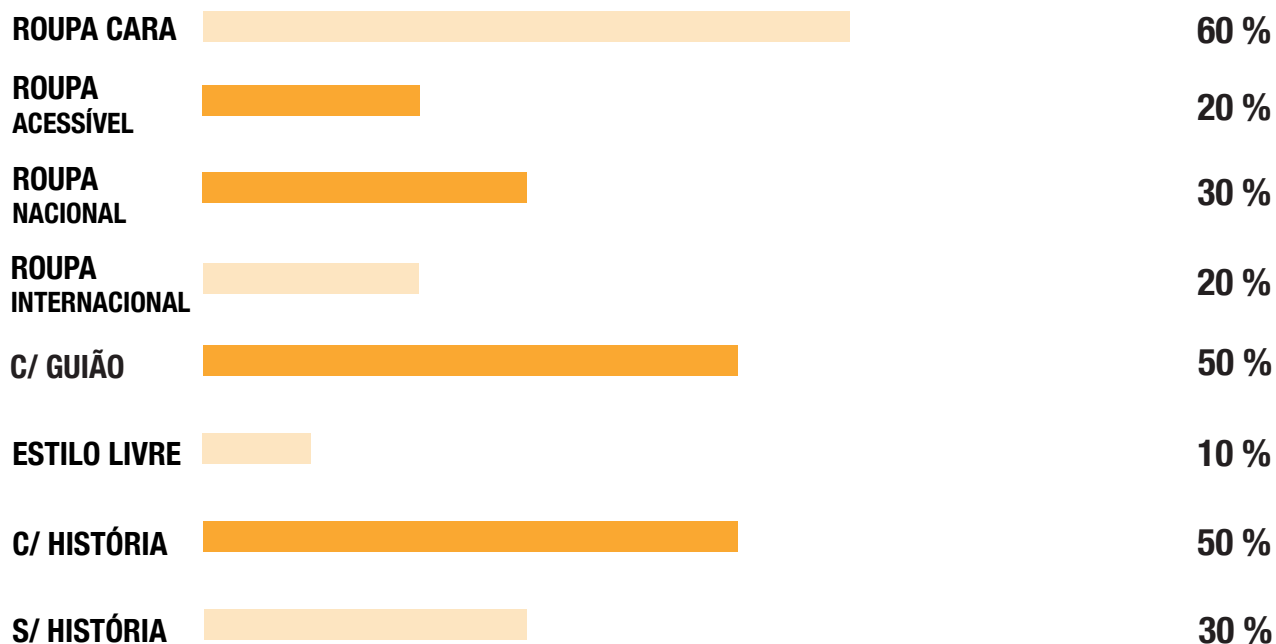
**NOTA:**  - MULHERES / LATINO  - MULHERES / LOIRO

**Tabela 1** - Relação entre as revistas/jornais e os conteúdos editoriais. (AUTORA, 2017)

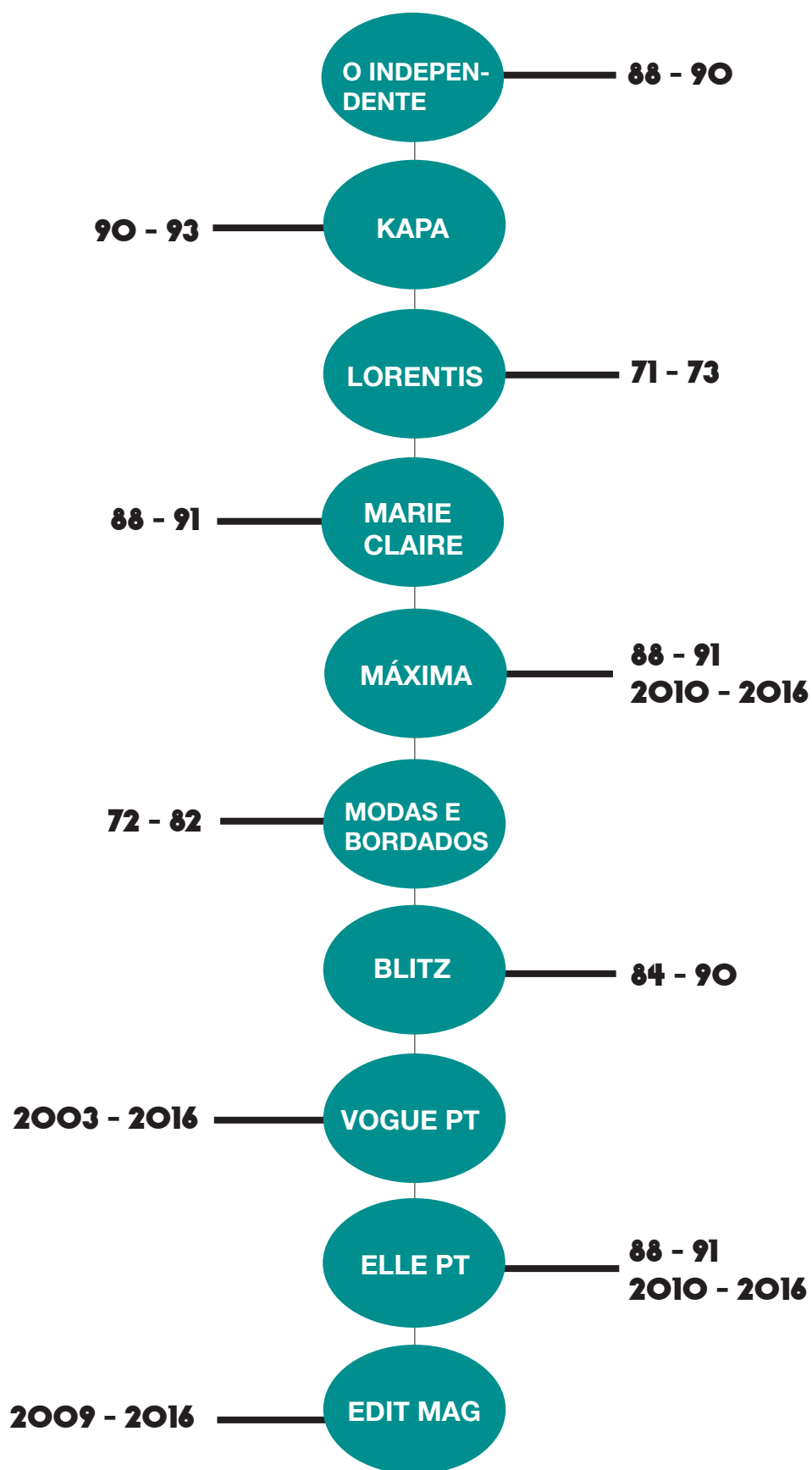




**1.** Gráfico percentual sobre a relação editorial com o espaço e o tipo físico dos modelos. (AUTORA, 2017)



**2.** Gráfico percentual sobre a relação editorial com a roupa, marcas e tipo de conteúdo. (AUTORA, 2017)



**Tabela 2** - Tabela cronológica das datas consultadas acerca das revistas e jornais de moda. (AUTORA, 2017)

#### **4.1.2. CONCLUSÕES GERAIS E ESPECÍFICAS DOS CASOS DE ESTUDO**

Depois da sistematização dos dados recolhidos referentes aos media selecionados (ver tabela 2), pude obter algumas conclusões gerais e outras mais específicas acerca do conteúdo de cada uma das revistas, quer a nível editorial quer a nível de informação dos profissionais de moda envolvidos.

**1.** O conteúdo editorial da maioria das revistas é organizado segundo temas genéricos, destacando-se entre os mais comuns a moda, beleza, saúde, atualidade, arte, decoração, culinária e rubricas, cuja abordagem é frequentemente subdividida em subtemas como *living*, design, estilo, acessórios, comportamento, desporto, pessoas, passatempos, sociedade, entrevistas, experiências, exposições, promoções, *shopping*, tendências, família, política, música, sedução, arquitetura e viagens.

**2.** Verificou-se, por cruzamento de dados, que foram realizados mais editoriais em estúdio apesar de muitos editoriais terem tido lugar em espaços exteriores, especialmente notório em revistas como MARIE CLAIRE e MÁXIMA.

**3.** A maioria das revistas opta por escolher apenas um manequim para protagonizar cada uma das suas histórias de moda, e o tipo físico da maioria dos manequins recai sobre o um arquétipo latino, denotando-se minoria entre o género masculino, ruivos e de cabelo claro. As mulheres são por norma protagonistas das capas das revistas.

**4.** A roupa apresentada nos editoriais é muito pouco acessível ao público alvo mas, no entanto as revistas MODAS E BORDADOS, MÁXIMA, ELLE PT e EDIT MAG propuseram looks mais moderados a nível de preço. A VOGUE PT, apesar de fotografar normalmente roupas mais caras, apresenta ainda algumas páginas de roupa acessível, assente no título “classe económica”.

**5.** As revistas que mais optam por marcas nacionais são as mais antigas como LORENTIS, MODAS E BORDADOS e BLITZ (inicialmente nas rúbricas de moda) e ainda o jornal O INDEPENDENTE. As revistas VOGUE PT, ELLE PT, EDIT MAG, MÁXIMA, MARIE CLAIRE e KAPA incidem mais em marcas internacionais vendidas em Portugal, combinadas com peças nacionais, mais ou menos acessíveis.

**6.** A maioria dos editoriais conta uma história de moda, perceptível pela sua introdução, tema, conceito e imagens. Alguns trabalhos editoriais interpretam um guião através das tendências específicas da estação ou tentam favorecer as marcas que garantem publicidade no meio. Excepcionalmente alguns editoriais refletem um estilo mais livre, apenas com base nos profissionais envolvidos. Também é notória a existência regular de editoriais ao estilo de *lookbook* ou *look* tendência, sem história evidente, sem cenário ou tema relevante, inseridos apenas num guião ao sabor das tendências ou limitações profissionais resultando em *looks* individuais sem contexto harmonioso de história de moda, e que normalmente incluem peças de vestuário mais acessíveis.

**7.** Nas revistas VOGUE PT, MÁXIMA, KAPA, BLITZ, EDIT MAG, ELLE PT e no jornal O INDEPENDENTE, apresentaram-se editoriais de moda com notas e informações sobre as marcas de roupa e peças utilizadas, alguns preços e lojas onde se encontravam disponíveis, assim como uma ficha técnica.

**8.** As revistas MARIE CLAIRE, LORENTIS e MODAS E BORDADOS publicaram editoriais de moda apenas com outras informações sobre as peças de roupa, descrevendo-as quer seja ao nível da confecção, das cores, texturas, materiais, pormenores e preços, introduzindo pouco ou raramente informações sobre penteados, maquilhagem, fotografos e manequins.

**9.** Em relação à realização/*styling* dos editoriais, foi possível concluir quais os profissionais que mais protagonizaram e marcaram cada revista.



A revista VOGUE PT concedeu a Paulo Macedo o lugar de Diretor de Moda até 2013, tornando-se de seguida Diretor Criativo e de realização de editoriais da Vogue portuguesa. Ainda partilharam da mesma profissão Tonne Goodman e Ana Campos que produziram vários editoriais de moda.

A revista MÁXIMA agregou as profissionais Maria Assunção Avillez, Paula Mateus, Helena Assédio Maltez e Joyce Doret como responsáveis de produção e ainda, Paula Lima responsável pelo *styling* de alguns editoriais mais conceptuais, nos seus primórdios.

A revista MARIE CLAIRE tinha como responsável pela Direção de Moda Helena Redondo, tendo também passado pelo cargo Cecília Neves e Antonieta Costa. Os editoriais de moda eram recorrentemente comprados à MARIE CLAIRE Internacional e tinham como produção Antonella Antonielli, Emanuela Testori, entre outros.

A Direção de moda de LORENTIS esteve entregue a Mizette Nielson até 1973, tendo sido substituída por Wendy Pinto Bastos e Margarida Hipólito Raposo.

O jornal O INDEPENDENTE e a revista KAPA partilhavam da mesma produção e realização de moda, estando a cargo de Paulo Gomes. No entanto, esta a última ainda recorreu ao contributo de Rita Rolex, que produziu alguns editoriais e campanhas.

A revista BLITZ contou com a colaboração de Cristina Duarte e Paula Lima responsáveis pela produção ao nível da moda.

A revista ELLE PT contou com a colaboração de Isabel Branco em relação à produção de moda sendo esta a maior responsável de realização editorial da revista, juntando ainda profissionais como Mónica Balsemão, Anne-Marie Curtis e Elisabete Caetano.

Por fim, em relação a EDIT MAG os maiores responsáveis pelo *styling* editorial foram João Pombeiro e seguidamente, Ana Fontinha, Joyce Doret e Tiago Espírito Santo. A produção ficava a cargo de Francisco Bravo Ferreira, diretor da revista, e ainda Tiago Espírito Santo.

**10.** Em relação à fotografia de editorial, os fotógrafos que mais participaram nas edições consultadas da VOGUE PT balançam entre portugueses e estrangeiros, respectivamente Pedro Ferreira, Luís Monteiro, Rui Aguiar e Frederico Martins e ainda os internacionais, Steven Meisel, Marcin Tyszka e Patrick Demarchelier, entre outros.

Os fotógrafos Octávio Paiva e Carlos Morgado viram o seu trabalho publicado em MODAS E BORDADOS, conforme constatado na recolha de dados entre 1972 e 1982, verificando-se ainda a publicação de várias imagens não identificadas por autor.

A revista MÁXIMA contou com trabalhos fotográficos pelo registo de João Raul, Clara Azevedo, Paulo Valente, Pedro Ferreira e ainda, Patrice Hanilotie e Branislav Simoncik.

As revistas MARIE CLAIRE, KAPA e BLITZ beneficiaram com a participação fotográfica de Inês Gonçalves, protagonizando a maioria dos editoriais e produção de moda associadas às mesmas. No entanto, a primeira ainda contou com o trabalho de Christian Moser, a segunda com Pedro Cláudio e a terceira com João Tabarra.

O fotógrafo Nick Boothman foi o único registo encontrado na consulta à breve história da revista LORENTIS.

O jornal O INDEPENDENTE obteve a maioria do registo fotográfico através de Pedro Cláudio e João Silveira Ramos.

A revista ELLE PT beneficiou de profissionais como François Pomepui, Erwin Windmuller, Thomas Whiteside, Pedro Ferreira, João Raul, Bojana Tatarsza e Mário Príncipe.

E por fim, EDIT MAG contou com Gonçalo Claro, Luís Eça e Maria Vasconcelos.

**11.** Quanto à maquilhagem, a revista VOGUE PT, MÁXIMA, KAPA e o jornal O INDEPENDENTE recorreram ao trabalho de Cristina Gomes, a maior responsável por esse cargo. No entanto outros profissionais foram tidos em conta, referente à primeira está

Joana Moreira, na segunda Tomás Lage e Seven Harris, na terceira e também no jornal a maquilhadora foi Antónia Rosa. A revista MARIE CLAIRE usufruiu de maquilhadores como Antónia Rosa e Teresa Águas. Já LORENTIS recorreu a Dorothy Gray e Eduardo Martins. Os maquilhadores que fizeram maior parte do trabalho da revista ELLE PT foram Tomás Lages, Isabelle Marie, Cyril Philip Yang, Christiane Dave e Joana Moreira. Por último, a EDIT MAG contou com a colaboração de Rita Janeiro, Tinoca, Carina Quintiliano e Alex Me.

**12.** O *hairstyle* foi deixado a cargo de inúmeros profissionais também distribuídos pelas mesmas páginas. A VOGUE PT pode contar com o contributo de Miguel Viana e mais recentemente Helena Vaz Pereira, que também contribuiu para MÁXIMA em paralelo com Tomás Lage, Steven Harris e Cristina Gomes. A revista MARIE CLAIRE usufruiu do trabalho de Paulo Vieira assim como KAPA, BLITZ e o jornal O INDEPENDENTE. No entanto no último ainda colaborou Cristina Peixoto. A revista LORENTIS contou com penteados por Luigi, Nogueira & Luigi e Eduardo Martins. A ELLE PT contou com *hairstyle* de José Pina, Luís Lemos, Luís Robalo, Cyril, Philip Yang, Bernard Pillow, Apollinia B. e Joana Moreira. Finalmente, EDIT MAG confiou a realização dos cabelos as profissionais Rita Janeiro e Carina Quintiliano.

**13.** No referente aos manequins, a maioria das revistas apresentava manequins inicialmente sem agência e com pouca credibilidade. No entanto, a partir dos anos 90 acontece o nascimento das primeiras agências de modelos e dessa forma, os manequins passam a ser mais creditados e a beneficiar de uma equipa de trabalho responsável sobre os mesmos. As revistas VOGUE PT, MÁXIMA, ELLE PT, EDIT MAG, KAPA e o jornal O INDEPENDENTE, passaram então a contar com as agências de modelos Central Models; IMG Models; Next; ONE Management; Elite Models; Woman Models Management; Best Models; L'Agence; We are Models; Just Models; DLX Models e Karacter, para além de manequins internacionais.





## **4.2. AS VÁRIAS GERAÇÕES DE STYLISTS PORTUGUESES**

Foi na década de 70 que começaram a conhecer-se alguns nomes de profissionais ligados à área do *Styling* em Portugal, tal como anteriormente referimos, através do *boom* dos títulos editoriais especializados a partir do 25 de Abril. (Ver páginas 55 a 58). O surgimento dos pioneiros desta atividade encontra-se igualmente relacionado, de forma estreita, com a realidade internacional do sector – que passou a ser acessível no Portugal pós 25 de Abril – assim como ao desenvolvimento da própria moda portuguesa, como anteriormente referimos, não estando desligados da efervescente realidade internacional, e mais especificamente britânica.

Ao longo dos anos, a área do *styling* de moda conseguiu construir e elencar uma maturidade e realidade que não existia em Portugal até então. Procurei centrar o foco da investigação em três vagas geracionais de stylists, como plataforma para estabelecer uma análise comparativa.





### **4.2.1. PAULO GOMES**

**(1963 - LISBOA)**

Fig. 215 - *Stylist* Paulo Gomes, 1963.

Durante o seu percurso académico, Paulo Gomes (ver fig.215) licenciou-se em Psicologia (1986), atividade que abandonou rapidamente para se dedicar à edição de moda. Através da plataforma Behance e do seu portfólio é perceptível a dimensão do curriculum do *stylist* na área da moda. De 1991 a 2010 foi diretor de moda na plataforma ModaLisboa. Mais tarde, em 2012 foi convocado para o cargo de mentor no concurso *Project Runway Portugal*.

Na sua profícua carreira enquanto *stylist* desenvolveu um enorme conjunto de trabalhos de *styling* para revistas e jornais, tendo iniciado com colaborações com o Jornal Independente, a que se seguiu a revista K e mais tarde revistas como Elle, Máxima, Marie Claire, Edit, entre outras, mantendo atualmente uma colaboração regular com a Up Magazine. (GOMES, 2015),

Foi ainda responsável pelo *styling* de inúmeros desfiles de criadores nacionais, designadamente Abbondanza | Matos Ribeiro, Alves | Gonçalves, Ana Salazar, entre outros, para além de assumir a responsabilidade por catálogos de diferentes marcas, campanhas de publicidade, guarda-roupa para teatro (Paisagens Americanas, por João Lopes e Rui Tendinha, no Teatro Aberto, 2004) e cinema - Quinze Pontos da Alma, de Vicente Alves de Ó (2011) e Sei lá, de Joaquim Leitão (2014) e ainda *buyer* para as lojas Chiado N.8 (Lisboa) e Wrong Weather (Porto), entre 2010 e 2012. Atualmente, Paulo Gomes é o diretor criativo de Manifesto Moda, uma empresa portuguesa que interliga e dinamiza novas ideias, parcerias e colaborações entre a indústria, os criadores e consumidores. (GOMES, 2015)



**Fig. 216** - Styling por Paulo Gomes para a Up-tap in-flight magazine. Com fotografia por Frederico Martins.





Fig. 217 - Styling por Paulo Gomes para a revista Elle Portugal.



Fig. 218 - “Há Riscas no Cais” com styling por Paulo Gomes para a revista NAU 21. Julho, 2013. Com fotografia por Gonçalo Claro.



Fig. 219 - LAMPIÃO & MARIA BONITA: Art Direction & Styling por Paulo Gomes para UP-TAP inflight magazine, 2017. Com fotografia por Pedro Pacheco.





**Fig. 220** - "MIAMI" : Art Direction & Styling por Paulo Gomes para UP-TAP inflight magazine, 2017. Com fotografia por Pedro Pacheco.



**Fig. 221** - "ROMANTIC NOSTALGIA" : Art Direction & Styling por Paulo Gomes para UP-TAP inflight magazine, 2017. Com fotografia por Sorin Opait.



**Fig. 222** - "BEACH IN HOUSE" : Art Direction & Styling por Paulo Gomes para Elle Portugal, Com fotografia por Frederico Martins.



**Fig. 223** - "PIC-NIC" : Art Direction & Styling por Paulo Gomes para UP-TAP inflight magazine, 2016. Com fotografia por Pedro Pacheco.



### 4.2.2. ISABEL BRANCO

(1952 - LISBOA)

Fig. 224 - Stylist Isabel Branco, 1952.

Isabel Branco (ver fig.224), numa primeira fase do seu percurso académico licenciou-se em cinema, tendo esta área uma grande influência ao longo do seu trabalho. A sua entrada para a área da moda emerge através da revista Elle, onde trabalhou em produção, passando a coordenar os desfiles das designers de moda Manuela Gonçalves e Ana Salazar. Desde 1998 é a coordenadora do evento Portugal Fashion, no Porto, tendo ainda passado pela plataforma ModaLisboa. O mais recente desafio recai sobre a produção das páginas da revista de moda angolana Divo. (SIMÕES, 2014)



Fig. 225 - Isabel Branco em trabalho de editorial de moda.





**Fig. 226** - “Frio no Campo” com realização por Isabel Branco e fotografia por João Raul. Elle Portugal, N°4, Janeiro, 1988.



**Fig. 227** - “Tudo em Palha” com realização por Isabel Branco e fotografia por Erwin Windmuller. Elle Portugal, N°19, Abril, 1990.



**Fig. 228** - “Natural Obsession” com styling por Isabel Branco e fotografia por Carmo Amorim. Divo Magazine.



**Fig. 229** - “Ursotigre/A/W 14/15 preview” com styling por Isabel Branco e fotografia por Pedro Ferreira.





### **4.2.3. SUSANA MARQUES PINTO**

**(1954 - LISBOA)**

Fig. 230 - *Stylist* Susana Marques Pinto, 1954.

Susana Marques Pinto (ver fig.230), iniciou a sua carreira em 1971 na Bond Street, em Londres, onde começou por trabalhar para a Yves Saint Laurent. Começou por estudar Arquitetura mas a sua atividade profissional desenvolveu-se sempre no mundo da moda, tendo passado pela gerência de várias lojas em Lisboa, assim como a venda de coleções. A última loja para onde trabalhou integrava-se na tipologia de multimarcas, contando com nomes de renome como John Galiano e Missoni. No começo da década de 90 iniciou uma nova fase, lançando-se nas áreas de consultoria de imagem e *styling*. (CARDOSO, 2014)

“Tenho o privilégio de sempre ter exercido a profissão com que sonhei. Comecei nos primórdios da existência dela em Portugal. Falo de ser *stylist*. E durante estes larguíssimos anos de trabalho, tive a oportunidade de trabalhar nas inúmeras áreas que ela inclui, bem como ter tido como parceiros os melhores profissionais da área, o que é sem dúvida um privilégio. (...)” (PINTO, 2014 apud CARDOSO, 2014)

Aparte dos mais variados projetos nas áreas do *styling*, publicidade e televisão, Susana Marques Pinto coordena os cursos e *workshops* que a *Pulp Fashion* oferece aos futuros e potenciais profissionais na área. Ultimamente a *stylist* procura estabelecer protocolos com algumas publicações, como por exemplo a Revista Máxima, de modo a privilegiar os melhores alunos na saída do curso. (SERRÃO, 2011, p.98)



Fig. 231 - Campanha Pelcor SS16 com styling por Susana Marques Pinto.



Fig. 232 - “Fashion Animals” com styling por Susana Marques Pinto. Fotografia por Pedro Ferreira. 2017.



Fig. 233 - “Pretty in Pink” com styling por Susana Marques Pinto. Fotografia por Pedro Ferreira. 2016.



Fig. 234 - Capa da revista Essential Lisboa, “In and Around” com styling por Susana Marques Pinto. Fotografia por Pedro Ferreira. Essential Lisboa, N° 73, Abril/Maio, 2016.



Fig. 235 - “Tênis” com styling por Susana Marques Pinto. 2016.





**Fig. 236** - “Modern Victorian” com styling por Susana Marques Pinto. Fotografia por Pedro Ferreira. 2015.



**Fig. 237** - “Colour Crush” com styling por Susana Marques Pinto. Fotografia por Pedro Ferreira. Editorial Lojas das Meias, 2015.



**Fig. 238** - “Bold as a Rock” com styling por Susana Marques Pinto. Fotografia por Pedro Ferreira. Editorial Essential Lisboa, 2015.



**Fig. 239** - “White Nights” com styling por Susana Marques Pinto. Fotografia por Pedro Ferreira. Editorial Essential Lisboa, 2014.





#### 4.2.4. PAULO MACEDO

Fig. 240 - Stylist Paulo Macedo.

Paulo Macedo (ver fig.240) estudou na ARVORE – Cooperativa de Ensino Superior Artístico (Porto) e conta com uma vasta experiência na área do *styling*. Tendo à sua gerência o cargo de diretor criativo, editor de moda e *stylist* da revista Vogue portuguesa (ver fig.241-254), o *stylist* soma campanhas e editoriais beneficiando de contactos com nomes da moda nacional e internacional que contribuíram para o seu crescimento profissional.



Fig. 241 - “Diva” com styling por Paulo Macedo e fotografia por Jacques Dequecker. Vogue Portugal, Nº11, Setembro, 2003.







**Fig. 246** - “Estravaganza” com realização por Paulo Macedo e fotografia por Sophie Delaporte. Vogue Portugal, Março, 2008.



**Fig. 247** - “A idade da Inocência” com styling por Paulo Macedo e fotografia por Marcin Tyszk. Vogue Portugal, Março, 2008.



**Fig. 248** - “A Nossa Selecção” com styling por Paulo Macedo e fotografia por Bojana Tatarszka. Vogue Portugal, Setembro, 2010.



**Fig. 249** - “Black Is Beautiful” com styling por Paulo Macedo e fotografia por Bojana Tatarszka. Vogue Portugal, Março, 2011.





**Fig. 250** - “20's Something” com realização por Paulo Macedo e fotografia por Luís Monteiro. Vogue Portugal, Setembro, 2011.



**Fig. 251** - “Anatomia de um Clássico” com styling por Paulo Macedo e fotografia por Mário Príncipe. Vogue Portugal, Setembro, 2013.



**Fig. 252** - “World Beat” com styling por Paulo Macedo e fotografia por Rui Aguiar. Vogue Portugal, Março, 2014.



**Fig. 253** - “Ponto de Vista” com styling por Paulo Macedo e fotografia por Mário Príncipe. Vogue Portugal, Março, 2015.





Vestido quimono em pele,  
**LOUIS-VUITTON**. Brincos  
em prata com cristais,  
**ALEXANDER MCQUEEN**.

**Fig. 254** - Styling por Paulo Macedo. Editorial Vogue Portugal, 2016.





#### 4.2.5. HELENA ASSÉDIO MALTEZ

Fig. 255 - Stylist Helena Assédio Maltez.

De acordo com o site e biografia da stylist Helena Assédio Maltez (ver fig.255) (2017), trabalha como consultora, editora e produtora de moda, *personal stylist* e *personal shopper*.

Helena Maltez conta com diversos trabalhos no campo editorial, sendo exemplo disso as publicações nas revistas Máxima (ver fig.256-258), Vogue, Fora de Série (Diário Económico), Expresso, entre outras.

Durante doze anos foi diretora de moda na revista Máxima, tendo desenvolvido trabalhos como produtora e consulta de moda e beleza em publicidade. É responsável pelo guarda-roupa de diversas personalidades da moda e entretenimento e ainda, realiza trabalhos de *personal styling* e *personal shopper*, quer a nível privado como institucional. O seu trabalho abrange ainda a edição de coleções de algumas marcas como Christophe Sauvat, entre outras. (idem, ibidem, 2017)





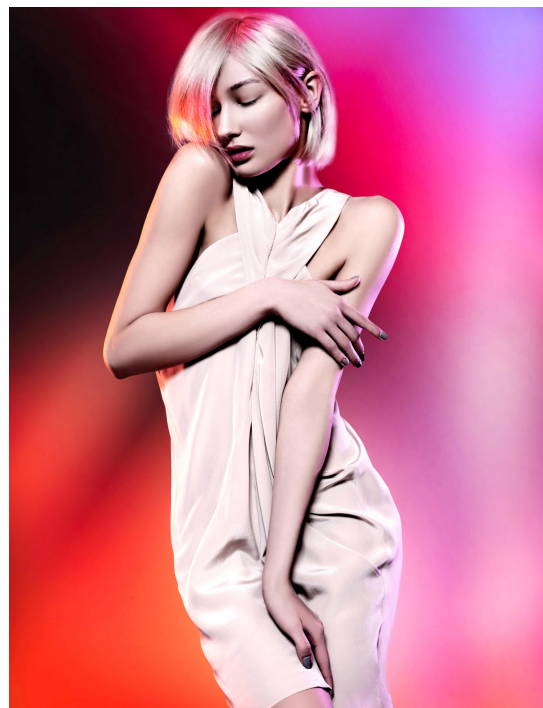
**Fig. 256** - “Olha que coisa mais linda” com styling por Helena Assédio Maltez e fotografia por Pedro Ferreira. Revista Máxima, Nº26, Setembro, 2010.



**Fig. 257** - “Marraquexe” com styling por Helena Assédio Maltez e fotografia por Pedro Ferreira. Revista Máxima, Nº36, Julho, 2011.



**Fig. 258** - “Sandra Rosado - Ballet Gulbenkian” com styling por Helena Assédio Maltez. Revista Máxima, Nº232.



**Fig. 259** - “Nuage” com styling por Helena Assédio Maltez.





#### 4.2.6. FERNANDO B. PEREIRA

Fig. 260 - *Stylist* Fernando Bastos Pereira.

Macedo (2017) afirma que Fernando Bastos Pereira (ver fig.260) é um *stylist* português que desde muito cedo mostrou um gosto pela combinação e mistura de peças e cores, despertando o interesse para a área da moda. Por não se identificar com as peças de roupas disponíveis nas lojas, encomendava a criações diferentes a costureiras, em cores improváveis e chocantes para a época. Inicialmente, trabalhou em lojas de roupa e como relações públicas nos bares do Porto, onde organizava a maquilhagem e o guarda-roupa para as noites temáticas. Passados alguns anos começou a trabalhar como *stylist* em escolas de modelos, mas é quando se lança como *freelancer* que é considerado através do seu trabalho uma referência na moda.

De acordo com o site Porto Fashion Makers (2017), Bastos Pereira atribui o seu sucesso à equipa de profissionais que o acompanhou ao longo do seu percurso, destacando nomes como Rui Rocha, Patrícia Lima e ainda a parceria com o fotógrafo Frederico Martins como transição de um ciclo menos comercial e mais artístico.



**Fig. 261** - Styling por Fernando Bastos Pereira - Campanha Portuguese Shoes 2016.



**Fig. 262** - Styling por Fernando Bastos Pinto - Campanha 2014 para L'OFFICIEL HOMMMES.



**Fig. 263** - Styling por Fernando Bastos Pereira - Campanha Luís Onofre SS17. Fotografia por Frederico Martins.



**Fig. 264** - Styling por Fernando Bastos Pereira. Fotografia por Frederico Martins.





**Fig. 265** - Styling por Fernando Bastos Pereira. Fotografia por Frederico Martins. Vogue Portugal, Abril, 2012.





#### **4.2.7. FILIPE CARRIÇO**

**(1976 - LISBOA)**

Fig. 266 - Stylist Filipe Carriço, 1976.

Filipe Carriço (ver fig.266) estudou Cenografia na Escola Superior de Teatro e Cinema, entre 1997 e 2000. Segundo o site da revista Vogue Portugal (2016), é um *stylist* português que trabalha em moda há mais de 18 anos, tendo colaborado com as principais publicações de moda nacionais, desde a Vogue Portugal à Essencial, passando pelas revistas Máxima, Elle (ver fig.267-268), Divo Magazine, Magnitude, entre outras (ver fig.267-270), e colaborou com algumas das mais emblemáticas lojas de luxo de Lisboa. Atualmente, é responsável pelo *styling* de algumas figuras públicas portuguesas e ainda, trabalha como consultor de imagem de várias personalidades nacionais. (idem, ibidem, 2016)

O jornal Público (2009), afirma que o *stylist* Filipe Carriço começou a trabalhar na loja de roupa *Fashion Clinic* e a sua ligação à moda nunca mais se desfez. De 2012 a 2013 foi store manager da *Miu Miu Boutique – Prada Group*, na Avenida da Liberdade. Entre diversos trabalhos, colaborou com José António Tenente, Emporio Armani e Vicini.



**Fig. 267** - “Novos Looks - Blueberry” com styling por Filipe Carriço. Fotografia Daniel Picado. Revista Elle Portugal, Setembro, 2010.



**Fig. 268** - “Novos Looks - Novo Romântico” com styling por Filipe Carriço. Fotografia Daniel Picado. Revista Elle Portugal, Setembro, 2010.



**Fig. 269** - Editorial com styling por Filipe Carriço, fotografia por Pedro Ferreira.



**Fig. 270** - Campanha Pelcor FW 14/15 com styling por Filipe Carriço e fotografia por Pedro Ferreira. Pre-Fall, 2012.



#### 4.2.8. JOYCE DORET

Fig. 271 - Stylist Joyce Doret.

A revista Vogue Portugal (2016) destaca também Joyce Doret (ver fig.271) - editora de moda da revista Men's Health desde 2013 até ao presente ano. Para além do trabalho como editora, Joyce é *stylist* contando com diversos trabalhos na área da publicidade, como por exemplo a direção de moda de programas musicais do canal Sic, Ídolos e Factor X. De 2004 a 2007 foi editora de imagem da Vogue Portugal e em 2011 começou trabalhos como *freelancer stylist* para a revista Elle Portugal. É ainda responsável por alguns dos *looks* mais emblemáticos de algumas atrizes portuguesas (ver fig.272-276).

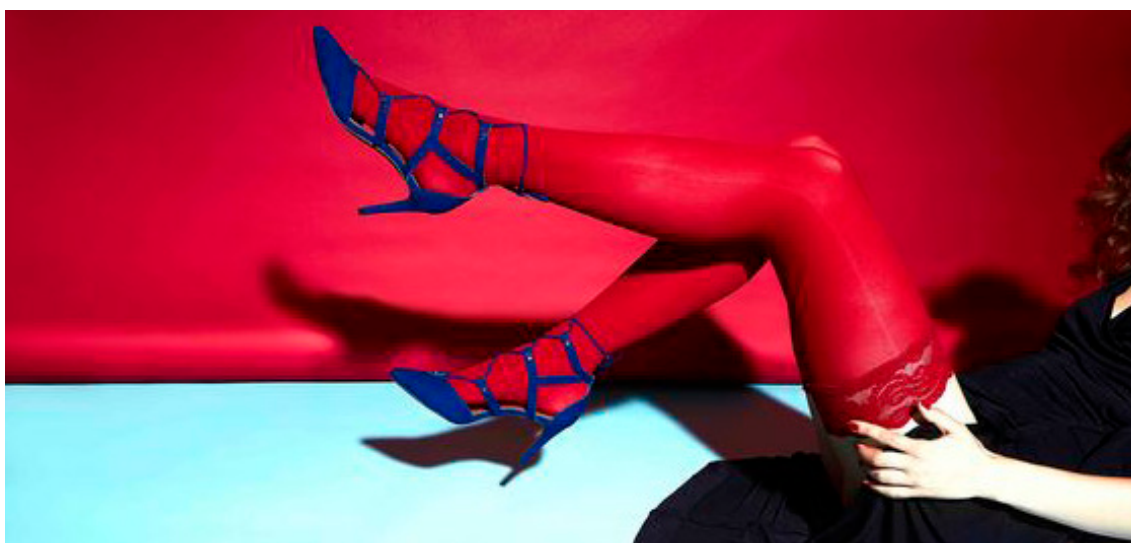
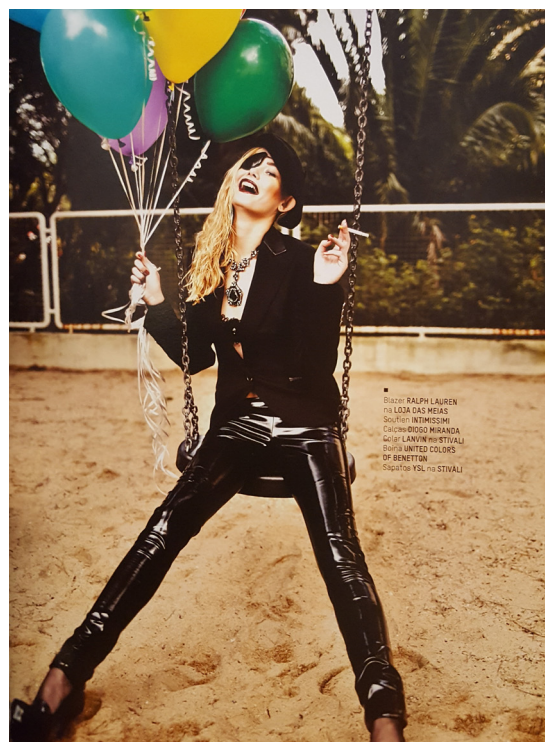


Fig. 272 - Campanha Zilian FW 16 com styling por Joyce Doret. Fotografia Gonçalo Claro.





**Fig. 273** - “Swag Girl” com styling por Joyce Doret. Fotografia Gonçalo Claro. EDIT MAG, Nº28, Novembro, 2012.



**Fig. 274** - “Coeur Noir” com styling por Joyce Doret. Fotografia Gonçalo Claro. EDIT MAG, Nº30, Janeiro/Fevereiro, 2013.



**Fig. 275** - “Lâncome - Effortless Chic Parisienne” com styling por Joyce Doret. Fotografia Gonçalo Claro. EDIT MAG, Nº48, Julho/Agosto, 2015.



**Fig. 276** - “Duplas Explosivas” com styling por Joyce Doret. Fotografia Pedro Ferreira. Revista Máxima Nº20, Setembro, 2016.





### **4.2.9. JOÃO POMBEIRO**

**(1987 - LISBOA)**

Fig. 277 - Stylist João Pombeiro, 1987.

De acordo com o site da Vogue Portugal (2011), João Pombeiro (ver fig.277) é um *stylist* freelancer e editor de moda. Foi bailarino clássico durante dezassete anos (1997 a 2000) na *Central School of Ballet* mas decidiu entregar-se a outra paixão: a moda.

Monteiro (2015) afirma que João Pombeiro se dedicou à dança, alternando o seu caminho quando decidiu enveredar por um curso de maquilhagem. Enquanto acompanhava as produções fotográficas, nas quais era assistente e maquilhador, foi despertando a sua curiosidade pela área da moda, mais propriamente pelo *styling*.

O *stylist* estudou Design de Moda na ETAP entre 2003 e 2006 e mais tarde, decidiu estudar Consultoria de Imagem no ISLA (2010-2011). No mesmo ano tornou-se editor de moda da revista EDIT MAG, onde permaneceu até 2014; Em simultâneo tornou-se ainda CEO e Editor de moda na BLESS MAGAZINE. Já conta com diversos trabalhos para revistas como Edit Mag (ver fig.278-285), Runway Magazine, Vogue, Bless Magazine, Divo Magazine, entre outras (ver fig.278-285). E ainda colabora com o designer Luís Carvalho, sendo responsável pelo *styling* das suas coleções.



**Fig. 278** - “Num Corpo de Sal” com styling por João Pombeiro. Fotografia Gonçalo Claro. EDIT MAG, N°12, Fevereiro, 2011.



**Fig. 279** - “Pixie More Than You See” com styling por João Pombeiro. Fotografia Gonçalo Claro. EDIT MAG, N°16, Junho, 2011.



**Fig. 280** - “Sol de Inverno” com styling por João Pombeiro. Fotografia Gonçalo Claro. EDIT MAG, N°29, Dezembro, 2012.



**Fig. 281** - “High Contrast” com styling por João Pombeiro. Fotografia Gonçalo Claro. EDIT MAG, N°33, Maio, 2013.





**Fig. 282** - “Roof Top” com styling por João Pombeiro. Fotografia por Filipe Estrela e Sónia Apolónia. EDIT MAG, Nº35, Julho/Agosto, 2013.



**Fig. 283** - “Downton Girls” com styling por João Pombeiro. Fotografia por Gonçalo Claro. EDIT MAG, Nº36, Setembro/Outubro, 2013.



**Fig. 284** - “Baton Envy by Estée Lauder - Ousado e Provocador” com styling por João Pombeiro. Fotografia por Gonçalo Claro. EDIT MAG, Nº40, Abril, 2014.





**Fig. 285** - “Soy Capitán De Mi Vida” com styling por João Pombeiro. Fotografia por Gonçalo Claro. EDIT MAG, N°36, Setembro/Outubro, 2013.



### 4.3. ENTREVISTA A ESPECIALISTAS

No sentido de otimizar os resultados desta investigação senti necessidade de submeter algumas questões a parte painel de amostragem, tais como com a definição, áreas de estudo, métodos práticos e teóricos, avaliações e evoluções e ainda características de trabalho desta profissão. Por questões de indisponibilidade dos envolvidos não foi possível entrevistar todos os elementos elencados no ponto 4.1., pelo que interagi com Susana Marques Pinto, Paulo Gomes, Paulo Macedo, Filipe Carriço e João Pombeiro.

Assim, a entrevista semi-conduzida conteve quinze perguntas genéricas que a seguir se elencam, constando a sua transcrição no Anexo 2.

- 1** / “Qual a sua formação?”;
- 2** / “Acha que essa formação lhe criou condições adicionais no entendimento da moda?”;
- 3** / “Qual é a sua definição de *Styling* Editorial?”;
- 4** / “O que é avaliado num trabalho de *styling*?”;
- 5** / “Existe algum método ou forma regradada de ensinar o *styling*?”;
- 6** / “É permeável a tendências?”;
- 7** / “Em que medida é que acha que evolui o *styling* como disciplina de moda desde o 25 de Abril de 1974 até ao seu destaque nos anos 80/90?”;
- 8** / “Como define o *styling* em Portugal, neste momento? É uma área mais madura ou ainda está a encontrar o seu lugar na moda?”;
- 9** / “Quais são os limites entre compromisso comercial e criatividade?”.

Desta forma, em relação à **primeira e segunda perguntas** quase todos os profissionais acreditam que as várias áreas de estudo e profissão os ajudaram relativamente ao entendimento da moda e do *styling*, quer seja através da interação de ideias, da estratégia, da visão, da criatividade e inspiração, da criação e produção e ainda da interligação e gestão de equipas. No entanto, é possível perceber que alguns consideram que esta é uma profissão um pouco intuitiva e quase de “dom”, aptidão ou talento.

Em relação à **definição de Styling Editorial**, em sintonia, os entrevistados responderam de forma assertiva que se define pela narrativa de uma história. Uma história de moda onde entram as peças de roupas misturadas de acordo com um tema, relacionado com todos os elementos da produção seja o manequim, a maquilhagem ou *hairstyle* e espaço cénico. Finalmente essa história tem de chegar ao leitor/público destinatário de forma a provocar uma sensação no mesmo que o faça apaixonar por algum dos componentes e assim que provoque o desejo de compra.

Podem ser feitas algumas **avaliações no trabalho de styling** que englobam a escolha das silhuetas e a sua coordenação, os meios utilizados para a realização da produção, os resultados finais em função dos mesmos e ainda, o conceito como ponto de partida para um bom ou mau trabalho. Mas a principal avaliação que se deve fazer é a do resultado final, se é dotado de conteúdo ou se foi possível passar uma mensagem, sensação ou emoção.

Os *stylists* entrevistados acreditam que **não é possível ensinar esta profissão**. Aquilo que é possível é doutrinar técnicas práticas de como desenvolver a criatividade e a cultura de moda, como organizar uma sessão fotográfica, como escolher um conceito, como fazer um *shopping* ou como gerir o dia do editorial. Mas em relação à questão de combinar e escolher as peças que se vão utilizar na produção, sobre isso dizem ser impossível ensinar, essa é uma questão de pesquisa pessoal, informação e formação, instinto e sensibilidade própria.

Em relação à questão das **tendências**, é perceptível uma discórdia visível em relação à ideia de permeabilidade. Existem duas opiniões que ressaltam, a opinião de que as tendências não são primordiais, no sentido de que cada pessoa pode perceber qual é o forte de cada estação mas tem a possibilidade de criar ainda assim, as suas próprias tendências. No entanto, a maioria contrapõe com a importância das mesmas, visto que o trabalho de *styling* não é um trabalho pessoal mas sim em função de outros, onde a base para se trabalhar assenta nas tendências, nem que seja para não as seguir.

**Antes do 25 de Abril de 1974 o *styling* não existia como profissão**, não se falava sobre o tema nem se sabia o que era. Talvez já existisse de outra forma mais embrionária, com as pessoas que tentavam junto das costureiras reproduzir peças de roupa que observavam nas *burdas* ou até mesmo com os interessados que em casa se vestiam do que a imaginação permitisse. Mais tarde, com os anos 80 e 90, e quando surgiram as revistas especializadas de moda sentiu-se a necessidade de criar a profissão e passaram a ter-se imagens de moda. A partir dessa altura começou a haver alguma estrutura, começaram a surgir as agências de modelos, as equipas de maquilhagem, cabeleireiros, os fotógrafos de moda e uma plataforma para que pudessem mostrar o trabalho desenvolvido. Dessa forma a procura pela criação e afirmação da moda em Portugal foi sentida, já que antes tudo era feito de forma artesanal.

**O *styling* em Portugal** é uma área que apesar de estar a evoluir ainda se encontra um pouco imatura. Os entrevistados defendem que esta profissão poderá estar a evoluir mas sem conteúdo, sem meios de finalização e em alguns casos muito ligada apenas ao ego de quem a pratica, com trabalho em massa mas pouco interessante. Por outro lado é possível que esteja a evoluir em termos de credibilidade através dos profissionais creditados que possui a área da moda e das publicações e publicidades bem sucedidas.

Finalmente, os entrevistados concordaram que a nível editorial é necessário coexistir o **propósito comercial e criativo**. É importante que o *stylist* tenha um lado comercial mas também um lado criativo, apenas deve saber medir a percentagem e limite de cada elemento que contém o seu trabalho para que os dois coabitem e se misturem. O olhar do profissional tem de ter maturidade e conhecimento para ser direcionado para o olhar do público alvo das publicações em questão, sem nunca perder a sua marca. Desta forma, o que pode acontecer é ter-se um trabalho menos interessante e produtivo se for meramente comercial, sucedendo um trabalho primário e básico. Contrariamente se for utilizada criatividade e alguma liberdade é possível desenvolver conteúdos mais recheados. No entanto, o destino ideal é que os dois possam coexistir e que se desenvolva boas publicações e publicidades com criatividade, respeitando os limites da profissão.

Terminada a fase das entrevistas e relativamente à questão inquirida “**Quais são os limites entre compromisso comercial e criatividade?**” pareceu-me premente recorrer à visualização do filme biográfico/documentário *September Issue*, lançado em 2009 e realizado por R.J. Cluter, por forma a melhor entender estas questões.

Através do visionamento do filme pode concluir-se que Anna Wintour – diretora e editora da revista Vogue Norte-americana – escolhe e decide quais os temas e pormenores que pretende que façam parte das edições da revista e é quem tem a decisão final sobre qualquer elemento que inclua a mesma. A escolha das peças é pensada de forma a captar as atenções em função do que pretendem vender – do tipo de cliente, do público leitor, entre outros elementos. É possível perceber ainda que durante toda a edição, é declarado que a editora-chefe tem quase absoluto poder sobre o destino da edição, isto porque em alguns momentos a *stylist* Grace Coddington exprime a sua ideia e visão dos editoriais e encaixe dos mesmos na composição da revista, sendo a sua opinião ouvida mas não colocada em prática.



Isto leva à ideia de que o trabalho do *stylist* quando é direcionado para um público-alvo, cliente específico ou empresa tem de ser controlado, avaliado, pensado e refeito se todos os critérios não estiverem a coincidir com o propósito solicitado pelo mesmo. Desta forma, é anulado um pouco o gosto pessoal e criatividade e posto em prática o lado comercial do *stylist*.





# 5.

**CONCLUSÕES E RECOMENDAÇÕES  
PARA FUTURAS INVESTIGAÇÕES**





## 5.1. CONCLUSÕES E REFLEXÕES FINAIS

A pertinência da temática desta dissertação, conducente à obtenção do grau de Mestre em Design de Moda pela FA.UlIsboa, reafirma-se face as Conclusões obtidas, resultantes da investigação.

Remetendo ao primeiro capítulo – no qual estão expressos os principais objetivos da dissertação (ver página 6, capítulo 1) cujo foco assentava na observação, recolha de dados, sistematização e análise do fenómeno relacionado surgimento e evolução da disciplina do *Styling* em Portugal no seu contexto histórico, bem como o seu processo histórico evolutivo, em conexão com os contextos social, político e económico da moda a par da evolução tecnológica, no período temporal compreendido entre a Revolução do 25 de Abril e a atualidade – é possível afirmar que este objectivo foi integralmente atingido, apesar dos inúmeros obstáculos e exiguidade de informação sistematizada.

Não podemos deixar de referir, enquanto fator crítico de sucesso, a escassez de literatura relativa à temática abordada, como também a exiguidade de obras bibliográficas relevantes centradas nas práticas do *styling* em termos internacionais, fatores estes que determinaram uma maior complexidade da investigação na gestão de recursos disponíveis.

Parece importante voltar a referir o facto de, lamentavelmente, não ter sido possível integrar nesta dissertação alguns dos protagonistas mais contemporâneos e de inegável reconhecimento não só nesta área como naquela da Fotografia de Moda, pelo que o processo de seleção exigiu uma definição de critérios rigorosa.

**Em termos de Conclusões , posso afirmar que:**

É inegável que antes da revolução de 1974 o *styling* não existia como profissão. Só mais tarde, no final dos anos 80 e início dos 90, quando surgiram as revistas especializadas de moda é que se sentiu a necessidade de criar a profissão, sem perder de vista a realidade internacional, passando a produzir-se e comunicar imagens de moda a partir de narrativas conceptuais ou poéticas nos media mais irreverentes – como os jornais Blitz e Independente – e nas novas especializadas, surgidas nos finais dos anos 1980s. Assim, a partir desse momento começou a haver alguma estrutura de moda surgindo uma nova elite cultural através das primeiras agências de modelos, as equipas de cabeleireiros e maquilhagem, os fotógrafos de moda e uma plataforma para demonstração de trabalhos da área.

Foi também possível concluir que a plataforma ModaLisboa, cuja regularidade das edições contribuiu determinantemente para o reconhecimento da moda de autor feita em Portugal – cuja comunicação foi orgulhosa e profusamente disseminada pela imprensa genérica, numa primeira fase e pelas revistas especializadas num segundo momento – contribuiu definitivamente para o surgimento da indústria de moda, através da profissionalização organizada de um mercado de trabalho para *stylists*, cabeleireiros e maquilhadores especializados em desfile e editorial.

O *styling* em Portugal é uma área que apesar de estar a evoluir ainda se encontra em fase de amadurecimento, sem que seja perceptível uma identidade própria, eventualmente como consequência da globalização. Conclui-se, no entanto, que um número reduzido de protagonistas desta área foram conquistando credibilidade – apesar de maior ou menor autonomia editorial – criando território de expressão criativa para as novas gerações.

A presente investigação concluiu igualmente que algumas das revistas (designadamente aquelas ligadas à supervisão das editoras internacionais) criaram e criam alguns constrangimentos criativos aos *stylists*, muito embora alguns deles tenham publicado editoriais mais conceptuais e vanguardistas relativamente às suas orientações editoriais.

A investigação permitiu-nos ainda concluir que, apesar da pequena dimensão do país e do seu mercado editorial, o surgimento de alguns meios tangenciais (EDIT MAG, PARQ, DIF, entre outras) tem vindo a contribuir para a criação de espaço criativo para as gerações emergentes, muito embora segundo formatos Low Budget., e como tal, inibidores da criatividade.

As entrevistas aos profissionais portugueses da área constituíram um importante contributo para entender a génese e a evolução desta área relativamente nova, servindo de apoio para o entendimento dos diferentes conceitos de *Styling* Editorial bem como compreender as questões logísticas e práticas envolvidas na organização de uma sessão fotográfica na definição de um conceito, assim como a relação estreita e determinante entre fotógrafo e *stylist*.

A análise de dados relativa aos casos de estudo, apesar da enormidade e complexidade do levantamento realizado, possibilitou finalmente a percepção da evolução de um conjunto de media nacionais, uma vez que nos permitiu observar o contexto de moda, desde a década de 70/80 até à atualidade, informação essa que foi primordial para acompanhar a evolução do *Styling* em Portugal.

A investigação concluiu que o estabelecimento de conexões entre o contexto português e a realidade internacional se afigura difícil, desequilibrado e pouco justo tendo em linha de conta os contextos sociais, políticos, culturais particulares assim como a realidade editorial.

Se procurarmos estabelecer um ténue paralelo entre o historial e as práticas o *styling* internacional e o *styling* nacional é perceptível que a nível internacional o produto final resulta, e muito embora o primeiro influencie decididamente o ultimo, as narrativas internacionais de moda reflectem uma maior liberdade criativa e dramática do ponto de vista da imagem, uma vez que beneficiam de enormes recursos logísticos, assim como os *stylists* têm acesso a um espectro mais alargado de matéria-prima (peças de vestuário), resultado da dimensão da própria indústria de moda local. Tais pressupostos permitem optar pela transmissão visual de conceitos ou tendências aos leitores, sem a preocupação de corresponder às suas expectativas e às dos anunciantes, mas pelo contrário procurando surpreender e provocar. Deve ainda considerar-se que o contexto global deste fenómeno conta com a disponibilidade de algumas centenas, senão mesmo milhares, de profissionais excepcionais – o que inevitavelmente gera uma mais veloz dinâmica criativa.

### **5.1.1. RECOMENDAÇÕES PARA FUTURAS INVESTIGAÇÕES**

Embora o *styling* editorial seja uma área cada vez mais “na moda”, é um tema que se encontra pouco explorado verificando-se, tal como já referimos, uma total ausência de estudos académicos a ele conectados, existindo muito pouco conteúdo sistematizado referente a este tema, fator que reforça a sua pertinência.

A investigadora está plenamente consciente de que, apesar do seu esforço e empenhamento, esta área de investigação não está de todo esgotada e que outras abordagens e perspectivas poderão ser futuramente desenvolvidas, esperando que presente dissertação possa vir a incentivar futuras investigações nesta área, assim como prestar contributo para o alargamento do conhecimento académico, e simultaneamente interagir com a comunidade.



## 5.2. DISSEMINAÇÃO

A primeira forma de disseminação do estudo assenta na forma de sessão de apresentação / defesa oral perante um painel de jurados especializados e aberta ao eventual público – sobretudo à comunidade académica –, no decorrer da qual serão sumariamente apresentados e discutidos os aspectos fulcrais e resultados da investigação, cuja discussão será orientada no sentido da obtenção do grau de Mestre em Design de Moda pela FA.U LISBOA.

A investigadora pretende participar futuramente em conferências, seminários e workshops nacionais e internacionais, o que irá permitir não só a abordagem e discussão da temática da investigação, mas também estabelecer contacto com especialistas e investigadores nesta área – oriundos de outras áreas geográficas, facto que não só possibilitará o estabelecimento de pontes que garantam uma mais abrangente discussão e análise comparativa –, como finalmente encontrar um meio eficaz de disseminação da investigação, e consequentemente solidificar a aprendizagem contínua e contribuir para a valorização pessoal e profissional da investigadora.

Pretende-se ainda, disseminar a investigação através de uma plataforma digital que se encontra atualmente em desenvolvimento (devendo estar online à data da apresentação desta dissertação) e que servirá não só para disseminar parte dos conteúdos da tese de dissertação mas também para partilhar com a comunidade as conclusões obtidas a partir de uma profunda reflexão sobre a evolução da disciplina de *Styling* e das revistas especializadas de moda portuguesas entre 1971-2016. Para além dos registos visuais resultantes do arquivo da Hemeroteca Municipal de Lisboa. Esta plataforma pretende vir a assegurar o registo e análise da imprensa de moda física e a sua relação com o avanço das novas tecnologias, irá igualmente acompanhar o percurso da plataforma ModaLisboa, analisando o seu contributo para o desenvolvimento da indústria

de moda portuguesa, à fotografia internacional e nacional de moda, através da seleção de um conjunto de fotógrafos conceituados da área tão alargado como apenas este espaço web torna possível, sem perder de vista os *stylists* da cena internacional e nacional.

A plataforma digital , em fase de desenvolvimento, assumirá a forma de *BLOG*, estando registada sob o domínio <https://ritamf.wixsite.com/portuguese styling>, e cujo Menu de Navegação/ Organização de conteúdos será a seguinte (ver fig.286): Sobre | *Styling* | *Styling*.PT | *Stylists* | Fotografia de Moda | Revistas e Jornais de Moda | *Blog* | Contacto (ver fig.286).

**SOBRE** - Este campo conterà os dados biográficos da investigadora, bem como informação sobre os objetivos genéricos e específicos do website, mencionando de forma destacada a dissertação desenvolvida no âmbito do Curso de Mestrado em Design de Moda na Faculdade de Arquitetura de Lisboa, 2017.

**STYLING** - Neste *weblink* serão alojados os conteúdos genéricos da tese, relativamente à disciplina de *Styling*, particularmente os dados internacionais.

**STYLING .PT** - Este item Incluirá o conteúdo recolhido em relação à evolução da disciplina em Portugal (1974-2016) e respetivo enquadramento histórico, político e social.

**STYLISTS** - Neste campo constarão informações acerca dos *stylists* nacionais e internacionais, breve biografia e alguns dos trabalhos editoriais realizados pelos mesmos.

**FOTOGRAFIA DE MODA** - Neste item da plataforma serão alojados os protagonistas deste universo quer a nível internacional e nacional, destacados com base na sua influência para o desenvolvimento e afirmação da fotografia e ainda, das revistas e editoriais.

**REVISTAS E JORNAIS DE MODA** - Este *weblink* alojará os dados recolhidos na Hemeroteca Municipal, a partir de exemplares impressos, e que constam do capítulo 4 e Anexo 1.


**BLOG** - O *blog* pretende vir dar origem a um *feed* de notícias relacionadas com a disciplina, nos territórios físicos nacionais e internacional, por forma a complementar e atualizar os conteúdos provenientes da presente dissertação, facultando igualmente *hiperlinks* para as respetivas fontes de informação, bibliografia, entre outros. Pretende-se que este espaço seja suficientemente flexível para poder alojar outras matérias que a investigadora venha a considerar relevantes.



**Fig. 286** - Print screens de páginas da plataforma/ blog PortugueseStyling criado pela autora, 2017.







# **REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS**

ALEXANDER, Hilary – FASHION: Emmanuelle Alt Interview. French Vogue's new editor, Emmanuelle Alt, buys her jeans at Topshop. She also has a keen eye for the next big thing. The Telegraph, 2011. Disponível em WWW:<URL:<http://fashion.telegraph.co.uk/news-features/TMG8364869/Emmanuelle-Alt-interview.html>>. Consultado a [17 Agosto 2017]

Alison Jacques Galley. Disponível em WWW:<URL:<http://www.alisonjacquesgallery.com/artists/112-juergen-teller/works/>>.

ANIELA, [s.n] - As tecnologias ao serviço de uma moda mais ética. Voxeurop, 2009. Disponível em WWW: <URL:<http://www.voxeurop.eu/pt/content/article/132511-tecnologias-ao-servico-de-uma-moda-mais-etica>>. Consultado a [24 Novembro 2016].

Anna Wintour, 2017. Disponível em WWW:<URL:<https://www.britannica.com/biography/Anna-Wintour>>.

ART+COMMERCE, 2017. Disponível em WWW: <URL:<https://www.artandcommerce.com/artists/photographers/steven-meisel/bio>>.

ARTEC 21, 2011. Disponível em WWW:<URL:<http://artec21.blogs.sapo.pt/10438.html>>.

ARTSTOR Digital Library – Gazete du Bon Ton: Minneapolis College of Art and Design, Online 2017. Disponível em WWW:<URL: <http://www.artstor.org/content/gazette-du-bon-ton>>. Consultado a [12 Maio 2017].

ARTSY - Helmut Newton 1920-2004: Biography. Disponível em WWW:<URL:<https://www.artsy.net/artist/helmut-newton>>.

BALDINI, Massimo – Capítulo 1: Os Inimigos e os Amigos da Moda - 2. As causas do nascimento e do sucesso da moda: A moda é filha da sociedade aberta. In A Invenção da Moda – As Teorias, Os Estilistas, A História. Lisboa: Edições 70, 2015, ISBN 978-972-44-1260-3, p.p 32-33. Consultado a [18 Novembro 2016].

BALDINI, Massimo – Capítulo 3: A divulgação e as mudanças da moda - 4. As causas das mudanças da moda: O desejo de novidade. In A Invenção da Moda – As Teorias, Os Estilistas, A História. Lisboa: Edições 70, 2005. ISBN 978-972-44-1260-3. pp. 88-89.

BALDINI, Massimo – Capítulo 4: A semiótica e a moda do vestuário - 2. Os semiológicos e a linguagem do vestuário - As funções das mensagens do vestuário. In A Invenção da Moda – As Teorias, Os Estilistas, A História. Lisboa: Edições 70, 2005. ISBN 978-972-44-1260-3. pp.121-122.

BATEMAN, Kristen - WOMEN WHO CHANGED FASHION: THE EDITORS AND WRITERS. Revista Harper's Bazaar, 2015. Disponível em WWW:<URL: <http://www.harpersbazaar.com/culture/features/g6480/editors-who-changed-fashion/>>. Consultado a [20 Março 2017].

BELANCIANO, Vítor – Artes: Morreu Pedro Cláudio, um fotógrafo livre e transversal. Jornal Público, 2016. Disponível em WWW:<URL: <https://www.publico.pt/2016/04/21/culturaipsilon/noticia/morreu-pedro-claudio-um-fotografo-livre-e-transversal-1729724>>. Consultado a [5 Junho 2017]

BEREZHNA, Victoria – Style: French Fashion Editors: A Guide. Bougeotte, 2015. Disponível em WWW:<URL: <http://www.mybougeotte.com/french-fashion-editors-a-guide.html>>. Consultado a [ 27 Agosto 2017].

BERGIN, Olivia – FASHION: 21 things you probably didn't know about Anna Wintour. The Telegraph, 2014. Disponível em WWW:<URL: <http://fashion.telegraph.co.uk/news-features/TMG11034129/Things-you-didnt-know-about-US-Vogue-editor-Anna-Wintour.html>>. Consultado a [8 Outubro 2017].

BERGL, Skylar – “The Brief History And Evolution Of Fashion Magazines”, ComPlex online, 2015. Disponível em WWW:<URL: <http://www.complex.com/style/2015/06/fashion-magazine-history-another-mag>>. Consultado a [8 Dezembro 2016]

BERRINGTON, Katie – Mario Testino. British Vogue, 2014. Disponível em WWW: <URL: <http://www.vogue.co.uk/article/mario-testino-biography>>. Consultado a [6 Agosto 2017].

Biblioteca Nacional de Portugal, 2017. Fundo geral – Periódicos. Disponível em WWW:<URL:h-  
[http://www.bnportugal.pt/index.php?option=com\\_content&view=article&id=100&Itemid=105](http://www.bnportugal.pt/index.php?option=com_content&view=article&id=100&Itemid=105)>.

Biography: Anna Wintour Biography.com - A&E Television Networks, 2015. Disponível em WWW:<URL:<https://www.biography.com/people/anna-wintour-214147>>.

Biography: Fashion, Portrait and War photographer Cecil Beaton, 2017. Disponível em WWW:<URL: <http://monovisions.com/cecil-beaton-biography-fashion-portrait-and-war-photographer/>>.

Biography: Richard Avedon Biography.com - A&E Television Networks, 2014. Disponível em WWW:<URL:<https://www.biography.com/people/richard-avedon-9193034>>.

BOF, 2017 – Biography Grace Coddington. Disponível em WWW:<URL: <https://www.businessoffashion.com/community/people/grace-coddington>>.

BOF, 2017 – Biography Juergen Teller. Disponível em WWW:<URL:<https://www.businessoffashion.com/community/people/juergen-teller>>.

BOF, 2017 – Biography Mario Testino. Disponível em WWW:<URL:<https://www.businessoffashion.com/community/people/mario-testino>>.

BOF. 2017 – Biography Steven Meisel. Disponível em WWW:<URL:<https://www.businessoffashion.com/community/people/steven-meisel>>.

BORRELLI-PERSSON, Laird – “Sarah Jessica Parker Narrates the First Years of Fashion in Vogue, Starting in 1892”, 2017. Disponível em WWW: <URL:<https://www.vogue.com/article/vogue125-video-fashion-history-sarah-jessica-parker-year-1892>>. Consultado a [7 Agosto 2017].

BRITANNICA, Encyclopaedia – David Bailey British Photographer, 2017. Disponível em WWW: <URL: <https://www.britannica.com/biography/David-Bailey>>. Consultado a [8 Agosto 2017].

BRITANNICA, Encyclopaedia – David Bailey British Photographer. Encyclopaedia Britannica, 2017. Disponível em WWW: <URL: <https://www.britannica.com/biography/David-Bailey>>. Consultado a [8 Agosto 2017].

BRITANNICA, Encyclopaedia – Mario Testino Peruvian Photographer. Encyclopaedia Britannica, 2017. Disponível em WWW:<URL: <https://www.britannica.com/biography/Mario-Testino>>. Consultado a [8 Agosto 2017].

BRITANNICA, Encyclopaedia – Vogue American Magazine, 2017. Disponível em WWW:<URL:h-  
<https://www.britannica.com/topic/Vogue-American-magazine>>. Consultado a [8 Agosto 2017].

BROEGA, Ana & MAZZOTTI, Karla - “Marcas de Moda: Identidade, Imagem, Comunicação e Consumo Emocional”. Minho: [s.n], 2011. Disponível em WWW: <URL: [https://repositorium.sdum.uminho.pt/bitstream/1822/21805/1/Marcas\\_de\\_Moda\\_Identidade\\_Imagem\\_Comunicacao\\_e\\_Consumo\\_Emocional%20\(1\).pdf](https://repositorium.sdum.uminho.pt/bitstream/1822/21805/1/Marcas_de_Moda_Identidade_Imagem_Comunicacao_e_Consumo_Emocional%20(1).pdf)>. Consultado a [2 Novembro 2016].

CAMILO, M. J. Eduardo - A Moda na publicidade: apresentações com estilo e o estilo nas apresentações. Covilhã: [s.n.], 2004. [23 Dezembro 2015]. Disponível em WWW: <URL: <http://www.bocc.uff.br/pag/camilo-eduardo-moda-na-publicidade.html>>.

CANELAS, Lucinda - Cecil Beaton, retratos com câmara e caneta: Livros. Jornal Público, 2014. Disponível em WWW:<URL: <https://www.publico.pt/2014/12/03/culturaipsilon/noticia/cecil-beaton-retratos-com-camara-e-caneta-1678049>>. Consultado a [28 Julho 2017]

CARDIM, Valter C. - A Moda em Portugal - 1960-1999. Editora IADE, 2014, ISBN: 978-989-20-4799, pp.59-61. Consultado [7 Janeiro 2017].

CARDIM, Valter C. - A Moda em Portugal - 1960-1999. Editora IADE, 2014, ISBN: 978-989-20-4799, pp.116-125. Consultado [7 Janeiro 2017].

CARDOSO, Filipe & RAINHO, Pedro - 25 de Abril. 41 anos de liberdade, 40 anos de democracia - “Um ano depois da Revolução os portugueses foram em massa às urnas.”, Jornal i online, 2015. Disponível em WWW:<URL: <http://ionline.sapo.pt/388393>>. Consultado a [5 Dezembro 2016].

CARDOSO, Joana – Uma história oral de 25 anos de moda (Lisboa) em Portugal. Público online, 2016. Disponível em WWW:<URL: <https://www.publico.pt/2016/03/11/culturaipsilon/noticia/historia-oral-de-25-anos-de-moda-lisboa-em-portugal-1725787/amp>>. Consultado a [20 Novembro 2016].

CARDOSO, Mariana - “As escolhas de Susana Marques Pinto, stylist de stylists”. Lux Woman, 2014. Disponível em WWW:<URL: <http://www.luxwoman.pt/as-escolhas-de-susana-marques-pinto-stylist-de-stylists/>>. Consultado a [11 Janeiro 2017].

CARDOSO, Mariana – Pessoas: As Escolhas de Mário Príncipe, fotógrafo, Lux Woman, 2013. Disponível em WWW: <URL: <https://www.luxwoman.pt/as-escolhas-de-mario-principe-fotografo/>>. Consultado a [ 15 Fevereiro 2017].

CASTILHO, Filipa – Relações Públicas na Era Digital: a Moda em questão. Escola Superior de Comunicação Social – I.P.L. Lisboa: [s.n], 2013. Relatório de Estágio. Disponível em WWW:<URL: <http://repositorio.ipl.pt/bitstream/10400.21/3399/3/Relat%C3%B3rio%20de%20Est%C3%A1gio%20-%20Filipa%20Castilho.pdf>>. Consultado a [18 Novembro 2016].

CLARKE, Ashley – News & Analysis: Who’s Driving Japanese Style?. Business of Fashion, 2017. Disponível em WWW:<URL: <https://www.businessoffashion.com/articles/global-currents/whos-driving-japanese-style>>. Consultado a [8 Agosto 2017]

COELHO, Teresa & AVILLEZ, Maria A. - A Moda em Portugal nos últimos 30 anos. Coleção: Claridades 3; Edições Rolim, 1987. Consultado a [20 Janeiro 2017].

Condé Nast International, 2017. Disponível em WWW:<URL:<http://www.condenastinternational.com/about-us/mission/>>.

Condé Nast, 2017. Disponível em WWW:<URL:<http://www.condenast.com/about/>>.

Condé Nast, 2017. Disponível em WWW:<URL:<http://www.condenast.com/press/bob-sauerberg-appointed-president-and-ceo-of-conde-nast/>>.

COOKE, Rachel – Culture: Grace by Grace Coddington - review. The Guardian, 2012. Disponível em WWW:<URL: <https://www.theguardian.com/books/2012/dec/09/grace-coddington-review-autobiography-memoir>>. Consultado a [ 26 de Agosto 2017].



CRAVEN, Jo - Richard Avedon. British Vogue, 2008. Disponível em WWW: <URL: <http://www.vogue.co.uk/article/richard-avedon-biography>>. Consultado a [5 Agosto 2017].

CRAVEN, Jo - Anna Wintour. British Vogue, 2008. Disponível em WWW: <URL: <http://www.vogue.co.uk/article/anna-wintour-biography>>. Consultado a [9 Agosto 2017].

CRAVEN, Jo - Helmut Newton. British Vogue, 2008. Disponível em WWW: <URL: <http://www.vogue.co.uk/article/helmut-newton-biography>>. Consultado a [6 Agosto 2017].

DINGEMANS, Jo- Capítulo 1: What is Styling. In Mastering Fashion Styling. UK: PALGRAVE MACMILLAN, 1999. ISBN 978-0-333-77092-4, pp.1-6. Consultado a [6 Novembro 2016].

DINGEMANS, Jo- Capítulo 2: Editorial Styling. In Mastering Fashion Styling. UK: PALGRAVE MACMILLAN, 1999. ISBN 978-0-333-77092-4, p.8. Consultado a [6 Novembro 2016].

DINGEMANS, Jo- Capítulo 2: Editorial Styling. In Mastering Fashion Styling. UK: PALGRAVE MACMILLAN, 1999. ISBN 978-0-333-77092-4, p.13. Consultado a [6 Novembro 2016].

DUARTE, Cristina L. - Capítulo 3: Moda e sociedade. A moda como fenómeno social total. In O que é a Moda, Editora Quimera, 2004, ISBN 978-972-58-9124-7, pp.34-35. Consultado a [1 Janeiro 2017].

DUARTE, Cristina L. - Capítulo 3: Moda e sociedade. A moda como fenómeno social total. In O que é a Moda?, Editora Quimera, 2004, ISBN 978-972-58-9124-7, pp.39-40. Consultado a [1 Janeiro 2017].

DUARTE, Cristina L. - Capítulo 8: A Moda em Portugal: designers e correntes da moda. Produção social das formas de cultura popular urbana que fazem parte do novo Bairro Alto. Os papéis profissionais da moda. In O que é a Moda, Editora Quimera, 2004, ISBN 978-972-58-9124-7, pp.88-92. Consultado a [7 Janeiro 2017].

DUARTE, Cristina L. - Capítulo 8: A Moda em Portugal: designers e correntes da moda. Produção social das formas de cultura popular urbana que fazem parte do novo Bairro Alto. Os papéis profissionais da moda – Período revolucionário:1974-1984. In O que é a Moda, Editora Quimera, 2004, ISBN 978-972-58-9124-7, pp.94-97. Consultado a [7 Janeiro 2017].

DUARTE, Cristina L. - Capítulo 8: A Moda em Portugal: designers e correntes da moda. Produção social das formas de cultura popular urbana que fazem parte do novo Bairro Alto. Os papéis profissionais da moda – Movimento de moda em marcha:1984-1994. In O que é a Moda, Editora Quimera, 2004, ISBN 978-972-58-9124-7, p.104-106. Consultado a [7 Janeiro 2017].

DUARTE, Cristina L. - Capítulo 8: A Moda em Portugal: designers e correntes da moda. Produção social das formas de cultura popular urbana que fazem parte do novo Bairro Alto. Os papéis profissionais da moda - A maior idade da moda lusitana:1994-2004. In O que é a Moda, Editora Quimera, 2004, ISBN 978-972-58-9124-7, p.108. Consultado a [7 Janeiro 2017].

DUARTE, Luís – Sustentabilidade Para A Moda A Moda como Fenómeno Social. Universidade da Beira Interior - Departamento de Ciência e Tecnologia Têxteis. Dissertação para obtenção do Grau de Mestre na especialidade Design de Moda - Vestuário. Covilhã, 2011. Disponível em WWW:<URL:<https://ubibliorum.ubi.pt/bitstream/10400.6/1698/1/Dissertação%20Final.pdf>>. Consultado a [1 Dezembro 2016].

Emmanuelle Alt BOF 2017. Disponível em WWW:<URL:<https://www.businessoffashion.com/community/people/emmanuelle-alt>>.

ESTRELA, Albano - A Importância do Meio Ambiente na Educação [Em linha]. Educare - O Portal da Educação, 2011. Disponível em WWW: <URL:<http://www.educare.pt/testemunhos/artigo/ver/?id=12674&langid=1>>. Consultado a [31 Outubro 2016].

FASHION AS COMMUNICATION, 2016. Disponível em WWW: <URL:<https://fashionascommunication.wordpress.com>>. Consultado a [21 Novembro 2016].

FERNANDEZ, Chantal - News & Analysis: Robbie Myers to exit Elle Magazine. Business of Fashion, 2017. Disponível em WWW:<URL: <https://www.businessoffashion.com/articles/news-analysis/robbie-myers-to-exit-elle-magazine>>. Consultado a [30 Setembro 2017].

FERREIRA, Margarida – Carreira. Profissões da moda: as 8 principais funções do mundo da moda. Ekonomista, 2016. Disponível em WWW:<URL: <http://www.e-konomista.pt/artigo/profissoes-da-moda/>>. Consultado a [17 Junho 2017]

FISHER, Harriet – “The Fashion Bible” – A History of Vogue Magazine, 2015. Disponível em WWW:<URL: <https://www.barnebys.co.uk/blog/article/2628/the-fashion-bible-a-history-of-vogue-magazine/>>. Consultado a [17 Março 2017].

GINSBERG, Madeleine – “Fashion Magazines” – Fashion History, 2017. Disponível em WWW:<URL:<http://fashion-history.lovetoknow.com/fashion-clothing-industry/fashion-magazines>>. Consultado a [10 Dezembro 2016]

GOMES, Paulo - Portfolio “Paulo Gomes - Fashion art director/ stylist”. Behance, 2015. Disponível em WWW:<URL: <https://www.behance.net/gallery/27104807/portfolio>>. Consultado a [11 Janeiro 2017].

GONÇALVES, Inês - Inês gonsalves work: about, 2017. Disponível em WWW:<URL: <http://www.inesgonsalves.work/about>>.

HALL, Harriet - London Fashion Week 2015: From catwalk to High Street [Em linha]. BBC NEWS: Business, 2006. Disponível em WWW: <URL:<http://www.bbc.com/news/business-31603012>>. Consultado a [27 Outubro 2016].

Hamiltons – Helmut Newton Biography, 2017. Disponível em WWW:<URL:<http://www.hamiltonsgallery.com/artists/helmut-newton/biography/>>.

Helena Assédio Maltez- Bio, 2017. Disponível em WWW:<URL:<https://helenaassediomaltez.com/helena-assedio-maltez/>>.

Helmut Newton Foundation, 2017. Biography. Disponível em WWW:<URL:[http://www.helmut-newton.com/helmut\\_newton/biography/](http://www.helmut-newton.com/helmut_newton/biography/)>.

Hemeroteca Municipal de Lisboa, 2016. Disponível em WWW:<URL:<http://hemerotecadigital.cm-lisboa.pt/Indice/IndiceA.htm>>.

HICKLIN, Aaron – Mario Testino: the man who makes models super. The Guardian, 2012. Disponível WWW: <URL: <https://www.theguardian.com/artanddesign/2012/oct/21/mario-testino-interview-fashion-photography>>. Consultado [10 Agosto 2017].

HOANG, Limei - Can Cost-Cutting Save Fashion Magazines? . Business of Fashion, 2016. Disponível em WWW:<URL: <https://www.businessoffashion.com/articles/intelligence/cost-cutting-fashion-magazines-hearst-time-inc-conde-nast>>. Consultado a [28 Novembro 2016].

HODGSON, Moira – ART & DESIGN: Grace Under Pressure. The New York Times, 1995. Disponível em WWW:<URL: <http://www.nytimes.com/1995/09/24/books/grace-under-pressure.html?pagewanted=all&mcubz=1>>. Consultado a [28 Setembro 2017].

HORST 2017 – Biography. Disponível em WWW:<URL:<http://www.horstphorst.com/abouthorst.php>>.

HORST, Horst P. - in Artigos de apoio Infopédia. Porto: Porto Editora, 2003-2017. Disponível em WWW:<URL:[https://www.infopedia.pt/apoio/artigos/\\$horst-p.-horst](https://www.infopedia.pt/apoio/artigos/$horst-p.-horst)>. Consultado a [12 Outubro 2017].

HORTA, Bruno – Cultura: Morreu o fotógrafo e realizador Pedro Cláudio. Jornal Observador, 2016. Disponível em WWW:<URL: <http://observador.pt/2016/04/21/morreu-fotografo-realizador-pedro-claudio/>>. Consultado a [5 Junho 2017]

HORYN, Cathy –Fashion & Style: How Avedon Blurred His Own Image. The New York Times, 2009. Disponível em WWW: <URL: <http://www.nytimes.com/2009/05/14/fashion/14AVEDON.html>>. Consultado a [3 Agosto 2017].

HOSTETLER, Lisa - Artist: Horst P. Horst (1906 - 1999) – Biography. International Center of Photography, 2017. Works from the International Center of Photography Collection, New York: Bulfinch Press in association with the International Center of Photography, 1999, p. 218). Disponível em WWW: <URL: <https://www.icp.org/browse/archive/constituents/horst-p-horst?all/all/all/all/0>>. Consultado a [7 Agosto 2017].

HUDSON, Mark - David Bailey: ‘I’ve never understood why people like Jean Shrimpton and Kate Moss so much’. The Telegraph, 2014. Disponível em WWW:<URL: <http://www.telegraph.co.uk/culture/art/art-features/10604874/David-Bailey-Ive-never-understood-why-people-like-Jean-Shrimpton-and-Kate-Moss-so-much.html>>. Consultado a [ 20 Agosto 2017]

HULME, Mary O’Donnell – Artist: George Hoyningen-Huene. International Center of Photography, 2017. Disponível em WWW: <URL: <https://www.icp.org/browse/archive/constituents/george-hoyningen-huene?all/all/all/all/0>>. Consultado a [ 5 Fevereiro 2017].

ISEMAN, Courtney – Rose Bertin, The First Celebrity Stylist. The Hairpin, 2015. Disponível em WWW:<URL: <https://www.thehairpin.com/2015/02/rose-bertin-the-first-celebrity-stylist/>>. Consultado a [28 Setembro 2017].

Joe McKenna 2017 Bof. Disponível em WWW:<URL: <https://www.businessoffashion.com/community/people/joe-mckenna>>.

Jornal Público 2009 – Filipe Carriço. Disponível em WWW:<URL:<https://www.publico.pt/2009/12/06/jornal/filipe-carrico-18279999>>.

Just Models site, 2017. Disponível em WWW:<URL:<http://www.just.pt/academia/goncaloclaro.php>>.

KANSARA, Vikram - Future of Fashion Magazines | Part One - A Changing Landscape. Business of Fashion, 2009. Disponível em WWW: <URL:<https://www.businessoffashion.com/articles/fashion-tech/future-of-fashion-magazines-part-one-a-changing-landscape>>. Consultado a [18 Dezembro 2016].

Karl Templer 2017 BOF. Disponível em WWW:<URL:<https://www.businessoffashion.com/community/people/karl-templer>>.

Karl Templer Studio - About, 2017. Disponível em WWW:<URL:<http://www.karltiempler.com/about>>.

KLEINFELD, N.R. – Grace Mirabella, at 59, starts over again. The New York Times, 1989. Disponível em WWW:<URL: <http://www.nytimes.com/1989/04/30/business/grace-mirabella-at-59-starts-over-again.html?pagewanted=all&mcubz=1>>. Consultado a [ 28 Setembro 2017].

KORDIC, Angie – The World of Fashion Photography: Photography. Widewalls, 2016. Disponível em WWW:<URL: <http://www.widewalls.ch/the-world-of-fashion-photography/>>. Consultado a [18 Agosto 2017]

LANGKAY, Inga Liningaan - THE (POSSIBLE) IMPORTANCE OF FASHION PHOTOGRAPHY. Previiew, 2016. Disponível em WWW:<URL: <https://previiew.com/home/journal/the-possible-importance-of-fashion-photography.html>>. Consultado a [18 Fevereiro 2017].

LEAPER, Caroline – Juergen Teller. British Vogue, 2008. Disponível em WWW: <URL: <http://www.vogue.co.uk/article/juergen-teller>>. Consultado a [6 Agosto 2017].

LIMNANDER, Armand – T Magazine, The Tall: No Ordinary Joe. The New York Times, 2007. Disponível em WWW:<URL: <http://www.nytimes.com/2007/08/26/style/tmagazine/26joe.html?mcubz=1>>. Consultado a [13 Agosto 2017]

LYON, Shire – “The Evolution of Fashion Journalism from Print to Digital”, The Fashion Globe Magazine online, 2016. Disponível em WWW:<URL:<http://www.thefashionglobe.com/the-evolution-of-fashion-journalism>>. Consultado a [8 Dezembro 2016]

MADUREIRA, Eduardo Jorge – Leituras: Nova História da Imprensa Portuguesa. Jornal Público, 2013. Disponível em WWW: <URL: <http://blogues.publico.pt/pagina23/2013/12/03/leituras-nova-historia-da-imprensa-portuguesa/>>. Consultado a [28 Setembro 2017].

Marketeer, 2017. Disponível em WWW:<URL:<http://marketeer.pt/2017/05/11/vogue-portugal-chega-ao-fim-em-agosto/>>.

MCASSEY, Jacqueline & BUCKLEY, Clare - In Basics Fashion Design 08 - Styling. UK: AVA Book, 2011. ISBN 978-2-940411-39-9, pp.10-13. Consultado a [25 Novembro 2016].

MCASSEY, Jacqueline & BUCKLEY, Clare - In Basics Fashion Design 08 - Styling. UK: AVA Book, 2011. ISBN 978-2-940411-39-9, pp.18-23. Consultado a [25 Novembro 2016].

MCASSEY, Jacqueline & BUCKLEY, Clare - In Basics Fashion Design 08 - Styling. UK: AVA Book, 2011. ISBN 978-2-940411-39-9, pp.26-29. Consultado a [25 Novembro 2016].

MCASSEY, Jacqueline & BUCKLEY, Clare - In Basics Fashion Design 08 - Styling. UK: AVA Book, 2011. ISBN 978-2-940411-39-9, pp.54-56. Consultado a [25 Novembro 2016].

MCASSEY, Jacqueline & BUCKLEY, Clare - In Basics Fashion Design 08 - Styling. UK: AVA Book, 2011. ISBN 978-2-940411-39-9, pp.66-67. Consultado a [25 Novembro 2016].

MCASSEY, Jacqueline & BUCKLEY, Clare - In Basics Fashion Design 08 - Styling. UK: AVA Book, 2011. ISBN 978-2-940411-39-9, pp.72-73. Consultado a [25 Novembro 2016].

MCASSEY, Jacqueline & BUCKLEY, Clare - In Basics Fashion Design 08 - Styling. UK: AVA Book, 2011. ISBN 978-2-940411-39-9, pp.76-78. Consultado a [25 Novembro 2016].

MCASSEY, Jacqueline & BUCKLEY, Clare - In Basics Fashion Design 08 - Styling. UK: AVA Book, 2011. ISBN 978-2-940411-39-9, p.84. Consultado a [25 Novembro 2016].

MCASSEY, Jacqueline & BUCKLEY, Clare - In Basics Fashion Design 08 - Styling. UK: AVA Book, 2011. ISBN 978-2-940411-39-9, pp.88-96. Consultado a [25 Novembro 2016].

Meios&Publicidade - É preciso mais experimentalismo, 2000. Disponível em WWW:<URL: [http://www.meiosepublicidade.pt/2000/03/\\_preciso\\_mais\\_experimentalismo/](http://www.meiosepublicidade.pt/2000/03/_preciso_mais_experimentalismo/)>.

Monovisions - Biography: Portrait photographer Adolph de Meyer, 2015. Disponível em WWW:<URL:<http://monovisions.com/adolph-de-meyer/>>.



MONTEIRO, Henrique – Cultura: Nem fascista nem salazarista – salazarento. Jornal Expresso, 2014. Disponível em WWW:<URL: <http://expresso.sapo.pt/cultura/nem-fascista-nem-salazarista-salazarento=f883860>>. Consultado a [5 Outubro 2017].

MONTEIRO, Vanessa – Moda de Rua // João Pombeiro. GQ Portugal, 2015. Disponível em WWW:<URL: <http://gqportugal.pt/moda-rua-joao-pombeiro/>>. Consultado a [4 Julho 2017].

MORRIS, Bernardine – Obituaries: Diana Vreeland, Editor, Dies; Voice of Fashion for Decades. The New York Times, 1989. Disponível em WWW:<URL: <http://www.nytimes.com/1989/08/23/obituaries/diana-vreeland-editor-dies-voice-of-fashion-for-decades.html?pagewanted=all&m-cubz=1>>. Consultado a [20 Março 2017]

NIKOLA – “History of the Magazines”, Magazine Designing online, 2013. Disponível em WWW:<URL: <http://www.magazinedesigning.com/history-of-the-magazines/>>. Consultado a [8 Dezembro 2016]

OLOIZIA, Jeff - The 10 Most Groundbreaking Covers in the History of Vogue. The New York Times, 2014. Disponível em WWW: <URL: <http://tmagazine.blogs.nytimes.com/2014/08/21/vogue-magazine-list-10-most-groundbreaking-covers-in-the-history-of-vogue/>>. Consultado a [3 Agosto 2017].

ORESKOVICH, Julie - Gazette du Bon Ton: A Journal of Good Taste, 2016. Disponível em WWW:<URL:<https://www.abebooks.com/books/features/lithographs/gazette-du-bon-ton.shtml>>. Consultado a [15 Dezembro 2016].

Palavras Ditas, 2017 – Formador Carlos Ramos: Fotógrafo de moda e retrato. Disponível em WWW:<URL:<http://www.palavrasditas.pt/formadores/carlos-ramos/>>.

PARKER, Caitlin - Auctions: A Brief History of Fashion Photography. Artnet, 2014. Disponível em WWW:<URL: <https://news.artnet.com/market/a-brief-history-of-fashion-photography-32620>>. Consultado a [4 Julho 2017].

PAZ, Rui – Fascismo e neofascismo na Europa. O Militante, PCP – Reflexão e Prática, Edição nº 289, 2007. Disponível em WWW:<URL: <http://www.omilitante.pcp.pt/pt/289/Internacional/145/Fascismo-e-neofascismo-na-Europa.htm>>. Consultado a [6 Outubro 2017].

PINTO et al. (Pinto, Guerra, Martins, Almeida) - Necessidades em Portugal Tradição e Tendências Emergentes. In À Tona de Água, Editora Tinta da China, 2010, ISBN 978-989-67-1042-2, p.81-83. Consultado [1 Janeiro 2017].

PINTO, Paulo Jorge – A Imprensa periódica portuguesa na época da Restauração. Memória Virtual, 2009. Disponível em WWW: <URL: <https://memoriavirtual.net/2009/04/02/a-imprensa-periodica-portuguesa-na-epoca-da-restauracao/>>. Consultado a [23 Setembro 2017].

PITTAVINO, Chiara – Grace Mirabella. Vogue Italia, 2017. Disponível em WWW:<URL: <http://www.vogue.it/en/news/encyclo/people/m/grace-mirabella>>. Consultado a [28 Setembro 2017].

Porto Fashion Makers - Fernando Bastos Pereira, Moda+Indústria, 2017. Disponível em WWW:<URL:<https://www.portofashionmakers.com/pt/people/64-fernando-bastos-pereira>>.

PRYNNE, Miranda – “Cecil Beaton’s brutally honest opinions of the stars he photographed revealed”, The Telegraph online, 2014. Disponível em WWW:<URL: <http://www.telegraph.co.uk/culture/books/11039614/Cecil-Beatons-brutally-honest-opinions-of-the-stars-he-photographed-revealed.html>>. Consultado a [17 Julho 2017]

RAMALHO, Sónia – Vida e Carreira: As profissões da Moda. SapoLifestyle, 2015. Disponível em WWW:<URL: <http://lifestyle.sapo.pt/vida-e-carreira/dinheiro-e-carreira/artigos/as-profissoes->

da-moda?pagina=2>. Consultado a [13 Abril 2017]

RAMSDALE, Suzannah – Fashion: Why are French women so damn cool? The 17 chicest French ladies to have ever walked the planet. UK Marie Claire, 2016. Disponível em WWW:<URL: <http://www.marieclaire.co.uk/fashion/why-are-french-women-so-damn-cool-meet-the-16-chicest-french-ladies-ever-115809>>. Consultado a [27 Agosto 2017].

RAWLINSON, Linnie – Biography: David Bailey. CNN, 2006. Disponível em WWW:<URL: <http://edition.cnn.com/2006/TRAVEL/11/02/london.biog/>>. Consultado a [ 20 Agosto 2017]

RITCHIE, Rowena – “Now & Then: The History of Fashion Media”, Ecosalon, 2012. Disponível em WWW:<URL: <http://ecosalon.com/now-then-the-history-of-fashion-media/>>. Consultado a [20 Janeiro 2017].

RODRIGUES, Ricardo J. – A moda atrás da lente. Notícias Magazine, 2015. Disponível em WWW:<URL: <https://www.noticiasmagazine.pt/2015/a-moda-atras-da-lente/>>. Consultado a [17 Fevereiro 2017]

ROFF, Connie – Grace Coddington. British Vogue, 2012. Disponível em WWW:<URL: <http://www.vogue.co.uk/article/grace-coddington>>. Consultado a [26 Agosto 2017].

SANTOS, Aurélio – O fascismo em Portugal, a luta popular e a unidade antifascista. URAP (União de Residentes Antifascistas Portugueses), 2007. Disponível em WWW:<URL: <http://www.urap.pt/index.php/histria-mainmenu-37/32-histria/61-o-fascismo-em-portugal-a-luta-popular-e-a-unidade-antifascista-algumas-notas>>. Consultado a [6 Outubro 2017].

SANTOS, João Carlos – Cultura: Pedro Cláudio, um camaleão de energia excecional. Jornal Expresso, 2016. Disponível em WWW:<URL: <http://expresso.sapo.pt/cultura/2016-04-21-Pedro-Claudio-um-camaleao-de-energia-excecional>>. Consultado a [3 Março 2017]

SCHIRO, Anne-Marie – STYLE MAKERS; Steven Meisel – Photographer. The New York Times, 1989. Disponível em WWW: <URL: <http://www.nytimes.com/1989/03/19/style/style-makers-steven-meisel-photographer.html>>. Consultado a [ 7 Fevereiro 2017].

September Issue, 2009, Austrália. Filme bibliográfico/Documentário. Realizador e Direcção R.J. Cutler. Distribuidora Roadside Attractions.

SERRÃO, Júlia – Mulher & Carreira: A senhora do styling. Revista Máxima, Dezembro 2011, p.98. Disponível em WWW:<URL: <http://www.pulpfashion.pt/escola/pdf/MulhereCarreira279.pdf>>. Consultado a [ 20 Março 2017]

SHERMAN, Lauren – Business: THE 20 MOST INFLUENTIAL PERSONAL STYLE BLOGGERS RIGHT NOW. Fashionista, 2015. Disponível em WWW:<URL: <https://fashionista.com/2015/02/most-influential-style-bloggers-2015>>. Consultado a [28 Setembro 2017].

SHERMAN, Lauren – Face of Elle. Forbes, 2009. Disponível em WWW:<URL: <https://www.forbes.com/2009/04/20/elle-magazine-publishing-forbes-woman-power-fashion.html>>. Consultado a [21 Março 2017].

SIMÕES, Manuel - 24 Horas em Lisboa – Isabel Branco. Up Magazine, 2014. Disponível em WWW: <URL: [http://upmagazine-tap.com/pt\\_artigos/24-horas-em-lisboa-isabel-branco/](http://upmagazine-tap.com/pt_artigos/24-horas-em-lisboa-isabel-branco/)>. Consultado a [11 Janeiro 2017].

SINGER, Olivia – “The Illustrious History of the Fashion Magazine”, AnOther online, 2015. Disponível em WWW:<URL: <http://www.anothermag.com/fashion-beauty/7487/the-illustrious-history-of-the-fashion-magazine>>. Consultado a [4 Novembro 2016]

SOUSA, Jorge Pedro - Uma história do jornalismo em Portugal até ao 25 de Abril de 1974. Porto: [s.n], 2007. Disponível em WWW: <URL: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/sousa-jorge-pedro-uma-historia-do-jornalismo-1974.pdf>>. Consultado a [28 Setembro 2017].

Staley Wise Gallery. Disponível em WWW:<URL:<http://www.staleywise.com/collection/huene/huene.html>>.

STEVENSON, Robert B. & DILLON, Justin - “Engaging Environmental Education: Learning, Culture and Agency”. Alemanha: Sense Publishers, 2010. Disponível em WWW: <URL:<https://www.sensepublishers.com/media/369-engaging-environmental-education.pdf>>. Consultado a [28 Outubro 2016].

TESTINO, Mario – Biography. Mario Testino online, 2017. Disponível em WWW:<URL: <http://www.mariotestino.com/biography/>>.

The Red List – Helmut Newton (1920-2004), 2017. Disponível em WWW:<URL:<https://theredlist.com/wiki-2-16-601-793-view-fashion-1-profile-newton.html>>.

THORNLEY, Paige – “Examining the Role of Bloggers in the Fashion Industry: A Public Relations Strategy for New Designers”. California, 2014. Disponível em WWW:<URL: <http://digitalcommons.calpoly.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1074&context=joursp>>. Consultado a [ 4 Novembro 2016].

TWIGG, Julia - “Clothing, Identity and the Embodiment of Age”. Nova Iorque: [s.n], 2009. Disponível em WWW: <URL: [http://www.actyourage.eu/uploads/files/clothing\\_identity\\_and\\_the\\_embodiment\\_of\\_age.pdf](http://www.actyourage.eu/uploads/files/clothing_identity_and_the_embodiment_of_age.pdf)>. Consultado a [2 Novembro 2016].

Vogue Espanhola, 2017 – David Bailey Fotógrafo. Disponível em WWW:<URL:<http://www.vogue.es/moda/modapedia/fotografos/david-bailey/177>>.

Vogue Paris, 2017 Background Emmanuelle Alt. Disponível em WWW:<URL:<http://en.vogue.fr/vogue-list/thevoguelist/emmanuelle-alt/1011>>.

WALDRON, Glenn - News, Joe Mckenna: This charming man. 10MAGAZINE, 2010. Disponível em WWW:<URL: <http://www.10magazine.com/news/joe-mckenna-this-charming-man>>. Consultado a [10 Agosto 2017].

WISEMAN, Eva – Fashion: Amazing Grace Coddington: inside the world of US Vogue’s creative director. The Guardian, 2012. Disponível em WWW:<URL: <https://www.theguardian.com/fashion/2012/nov/25/grace-coddington-memoirs-us-vogue-interview>>. Consultado a [ 26 de Agosto 2017].

WRIGHT, Jennifer - Sarah J. Hale, America’s First Power Fashion Editor. Racked, 2015. Disponível em WWW:<URL:<https://www.racked.com/2015/7/17/8979331/sarah-josepha-hale-first-female-fashion-editor>>. Consultado a [28 Setembro 2017].







# **BIBLIOGRAFIA**

## LIVROS

BALDINI, Massimo – Capítulo 1: Os Inimigos e os Amigos da Moda - 2. As causas do nascimento e do sucesso da moda: A moda é filha da sociedade aberta. In *A Invenção da Moda – As Teorias, Os Estilistas, A História*. Lisboa: Edições 70, 2015, ISBN 978-972-44-1260-3, p.p 32-33. Consultado a [18 Novembro 2016].

BALDINI, Massimo – Capítulo 3: A divulgação e as mudanças da moda - 4. As causas das mudanças da moda: O desejo de novidade. In *A Invenção da Moda – As Teorias, Os Estilistas, A História*. Lisboa: Edições 70, 2005. ISBN 978-972-44-1260-3. pp. 88-89.

BALDINI, Massimo – Capítulo 4: A semiótica e a moda do vestuário - 2. Os semiológicos e a linguagem do vestuário - As funções das mensagens do vestuário. In *A Invenção da Moda – As Teorias, Os Estilistas, A História*. Lisboa: Edições 70, 2005. ISBN 978-972-44-1260-3. pp.121-122.

CARDIM, Valter C. - *A Moda em Portugal - 1960-1999*. Editora IADE, 2014, ISBN: 978-989-20-4799, pp.59-61. Consultado [7 Janeiro 2017].

CARDIM, Valter C. - *A Moda em Portugal - 1960-1999*. Editora IADE, 2014, ISBN: 978-989-20-4799, pp.116-125. Consultado [7 Janeiro 2017].

COELHO, Teresa & AVILLEZ, Maria A. - *A Moda em Portugal nos últimos 30 anos*. Coleção: Claridades 3; Edições Rolim, 1987. Consultado a [20 Janeiro 2017].

DINGEMANS, Jo- Capítulo 1: What is Styling. In *Mastering Fashion Styling*. UK: PALGRAVE MACMILLAN, 1999. ISBN 978-0-333-77092-4, pp.1-6. Consultado a [6 Novembro 2016].

DINGEMANS, Jo- Capítulo 2: Editorial Styling. In *Mastering Fashion Styling*. UK: PALGRAVE MACMILLAN, 1999. ISBN 978-0-333-77092-4, p.8. Consultado a [6 Novembro 2016].

DINGEMANS, Jo- Capítulo 2: Editorial Styling. In *Mastering Fashion Styling*. UK: PALGRAVE MACMILLAN, 1999. ISBN 978-0-333-77092-4, p.13. Consultado a [6 Novembro 2016].

DUARTE, Cristina L. - Capítulo 3: Moda e sociedade. A moda como fenómeno social total. In *O que é a Moda*, Editora Quimera, 2004, ISBN 978-972-58-9124-7, pp.34-35. Consultado a [1 Janeiro 2017].

DUARTE, Cristina L. - Capítulo 3: Moda e sociedade. A moda como fenómeno social total. In *O que é a Moda?*, Editora Quimera, 2004, ISBN 978-972-58-9124-7, pp.39-40. Consultado a [1 Janeiro 2017].

DUARTE, Cristina L. - Capítulo 8: A Moda em Portugal: designers e correntes da moda. Produção social das formas de cultura popular urbana que fazem parte do novo Bairro Alto. Os papéis profissionais da moda. In *O que é a Moda*, Editora Quimera, 2004, ISBN 978-972-58-9124-7, pp.88-92. Consultado a [7 Janeiro 2017].

DUARTE, Cristina L. - Capítulo 8: A Moda em Portugal: designers e correntes da moda. Produção social das formas de cultura popular urbana que fazem parte do novo Bairro Alto. Os papéis profissionais da moda – Período revolucionário:1974-1984. In *O que é a Moda*, Editora Quimera, 2004, ISBN 978-972-58-9124-7, pp.94-97. Consultado a [7 Janeiro 2017].

DUARTE, Cristina L. - Capítulo 8: A Moda em Portugal: designers e correntes da moda. Produção social das formas de cultura popular urbana que fazem parte do novo Bairro Alto. Os papéis profissionais da moda – Movimento de moda em marcha:1984-1994. In *O que é a Moda*, Editora

Quimera, 2004, ISBN 978-972-58-9124-7, p.104-106. Consultado a [7 Janeiro 2017].

DUARTE, Cristina L. - Capítulo 8: A Moda em Portugal: designers e correntes da moda. Produção social das formas de cultura popular urbana que fazem parte do novo Bairro Alto. Os papéis profissionais da moda - A maior idade da moda lusitana:1994-2004. In O que é a Moda, Editora Quimera, 2004, ISBN 978-972-58-9124-7, p.108. Consultado a [7 Janeiro 2017].

MCASSEY, Jacqueline & BUCKLEY, Clare - In Basics Fashion Design 08 - Styling. UK: AVA Book, 2011. ISBN 978-2-940411-39-9, pp.10-13. Consultado a [25 Novembro 2016].

MCASSEY, Jacqueline & BUCKLEY, Clare - In Basics Fashion Design 08 - Styling. UK: AVA Book, 2011. ISBN 978-2-940411-39-9, pp.18-23. Consultado a [25 Novembro 2016].

MCASSEY, Jacqueline & BUCKLEY, Clare - In Basics Fashion Design 08 - Styling. UK: AVA Book, 2011. ISBN 978-2-940411-39-9, pp.26-29. Consultado a [25 Novembro 2016].

MCASSEY, Jacqueline & BUCKLEY, Clare - In Basics Fashion Design 08 - Styling. UK: AVA Book, 2011. ISBN 978-2-940411-39-9, pp.54-56. Consultado a [25 Novembro 2016].

MCASSEY, Jacqueline & BUCKLEY, Clare - In Basics Fashion Design 08 - Styling. UK: AVA Book, 2011. ISBN 978-2-940411-39-9, pp.66-67. Consultado a [25 Novembro 2016].

MCASSEY, Jacqueline & BUCKLEY, Clare - In Basics Fashion Design 08 - Styling. UK: AVA Book, 2011. ISBN 978-2-940411-39-9, pp.72-73. Consultado a [25 Novembro 2016].

MCASSEY, Jacqueline & BUCKLEY, Clare - In Basics Fashion Design 08 - Styling. UK: AVA Book, 2011. ISBN 978-2-940411-39-9, pp.76-78. Consultado a [25 Novembro 2016].

MCASSEY, Jacqueline & BUCKLEY, Clare - In Basics Fashion Design 08 - Styling. UK: AVA Book, 2011. ISBN 978-2-940411-39-9, p.84. Consultado a [25 Novembro 2016].

MCASSEY, Jacqueline & BUCKLEY, Clare - In Basics Fashion Design 08 - Styling. UK: AVA Book, 2011. ISBN 978-2-940411-39-9, pp.88-96. Consultado a [25 Novembro 2016].

PINTO et al. (Pinto, Guerra, Martins, Almeida) - Necessidades em Portugal Tradição e Tendências Emergentes. In À Tona de Água, Editora Tinta da China, 2010, ISBN 978-989-67-1042-2, p.81-83. Consultado [1 Janeiro 2017].

## **INVESTIGAÇÕES ACADÉMICAS [DISSERTAÇÕES / TESES]**

BROEGA, Ana & MAZZOTTI, Karla - “Marcas de Moda: Identidade, Imagem, Comunicação e Consumo Emocional”. Minho: [s.n], 2011. Disponível em WWW: <URL: [https://repositorium.sdum.uminho.pt/bitstream/1822/21805/1/Marcas\\_de\\_Moda\\_Identidade\\_Imagem\\_Comunicacao\\_e\\_Consumo\\_Emocional%20\(1\).pdf](https://repositorium.sdum.uminho.pt/bitstream/1822/21805/1/Marcas_de_Moda_Identidade_Imagem_Comunicacao_e_Consumo_Emocional%20(1).pdf)>. Consultado a [2 Novembro 2016].

CAMILO, M. J. Eduardo - A Moda na publicidade: apresentações com estilo e o estilo nas apresentações. Covilhã: [s.n.], 2004. [23 Dezembro 2015]. Disponível em WWW: <URL:<http://www.bocc.uff.br/pag/camilo-eduardo-moda-na-publicidade.html>>.

CASTILHO, Filipa – Relações Públicas na Era Digital: a Moda em questão. Escola Superior de Comunicação Social – I.P.L. Lisboa: [s.n], 2013. Relatório de Estágio. Disponível em WWW:<URL: <http://repositorio.ipl.pt/bitstream/10400.21/3399/3/Relat%C3%B3rio%20de%20Est%C3%A1gio%20-%20Filipa%20Castilho.pdf>>. Consultado a [18 Novembro 2016].

DUARTE, Luís – Sustentabilidade Para A Moda A Moda como Fenómeno Social. Universidade da Beira Interior - Departamento de Ciência e Tecnologia Têxteis. Dissertação para obtenção do Grau de Mestre na especialidade Design de Moda - Vestuário. Covilhã, 2011. Disponível em WWW:<URL:<https://ubibliorum.ubi.pt/bitstream/10400.6/1698/1/Dissertação%20Final.pdf>>. Consultado a [1 Dezembro 2016].

TWIGG, Julia - “Clothing, Identity and the Embodiment of Age”. Nova Iorque: [s.n], 2009. Disponível em WWW: <URL: [http://www.actyourage.eu/uploads/files/clothing\\_identity\\_and\\_the\\_embodiment\\_of\\_age.pdf](http://www.actyourage.eu/uploads/files/clothing_identity_and_the_embodiment_of_age.pdf)>. Consultado a [2 Novembro 2016].

## FILMES E DOCUMENTÁRIOS

*September Issue*, 2009, Austrália. Filme bibliográfico/Documentário. Realizador e Direcção R.J.Cutler. Distribuidora Roadside Attractions.

## REVISTAS E JORNAIS IMPRESSOS

BLITZ [1984, 1985, 1986, 1987, 1988, 1989, 1990]

EDIT MAG [2009, 2010, 2011, 2012, 2013, 2014, 2015, 2016]

ELLE PORTUGAL [1988, 1989, 1990, 2010, 2011, 2012, 2013, 2014, 2015, 2016]

KAPA [1990, 1991, 1992, 1993]

LORENTIS [1971, 1972, 1973]

MARIE CLAIRE PORTUGAL [1988, 1989, 1990, 1991]

MÁXIMA [ 1988, 1989, 1990, 1991, 2010, 2011, 2012, 2013, 2014, 2015, 2016]

MODAS E BORDADOS [1972, 1973, 1974, 1975, 1976, 1977, 1978, 1979, 1980, 1981, 1982]

O INDEPENDENTE [1988, 1989, 1990]

VOGUE PORTUGAL [2003, 2004, 2005, 2006, 2007, 2008, 2009, 2010, 2011, 2012, 2013, 2014, 2015, 2016]



## WEBGRAFIA

Alison Jacques Galley. Disponível em WWW:<URL:<http://www.alisonjacquesgallery.com/artists/112-juergen-teller/works/>>.

Anna Wintour, 2017. Disponível em WWW:<URL:<https://www.britannica.com/biography/Anna-Wintour>>.

ART+COMMERCE 2017. Disponível em WWW:<URL:<https://www.artandcommerce.com/artists/photographers/steven-meisel/bio>>.

ARTEC 21, 2011. Disponível em WWW:<URL:<http://artec21.blogs.sapo.pt/10438.html>>.

ARTSTOR Digital Library – Gazette du Bon Ton: Minneapolis College of Art and Design, Online 2017. Disponível em WWW:<URL: <http://www.artstor.org/content/gazette-du-bon-ton>>. Consultado a [12 Maio 2017].

ARTSY- Helmut Newton 1920-2004: Biography. Disponível em WWW:<URL:<https://www.artsy.net/artist/helmut-newton>>.

BEREZHNA, Victoria – Style: French Fashion Editors: A Guide. Bougeotte, 2015. Disponível em WWW:<URL: <http://www.mybougeotte.com/french-fashion-editors-a-guide.html>>. Consultado a [ 27 Agosto 2017].

BERGL, Skylar – “The Brief History And Evolution Of Fashion Magazines”, ComPlex online, 2015. Disponível em WWW:<URL: <http://www.complex.com/style/2015/06/fashion-magazine-history-another-mag>>. Consultado a [8 Dezembro 2016]

Biblioteca Nacional de Portugal, 2017. Fundo geral – Periódicos. Disponível em WWW:<URL:[http://www.bnportugal.pt/index.php?option=com\\_content&view=article&id=100&Itemid=105](http://www.bnportugal.pt/index.php?option=com_content&view=article&id=100&Itemid=105)>.

Biography: Anna Wintour Biography.com - A&E Television Networks, 2015. Disponível em WWW:<URL:<https://www.biography.com/people/anna-wintour-214147>>.

Biography: Fashion, Portrait and War photographer Cecil Beaton, 2017. Disponível em WWW:<URL: <http://monovisions.com/cecil-beaton-biography-fashion-portrait-and-war-photographer/>>.

Biography: Richard Avedon Biography.com - A&E Television Networks, 2014. Disponível em WWW:<URL:<http://www.biography.com/people/richard-avedon-9193034>>.

BRITANNICA, Encyclopaedia – David Bailey British Photographer. Encyclopaedia Britannica, 2017. Disponível em WWW: <URL: <https://www.britannica.com/biography/David-Bailey>>. Consultado a [8 Agosto 2017].

BRITANNICA, Encyclopaedia – Mario Testino Peruvian Photographer. Encyclopaedia Britannica, 2017. Disponível em WWW:<URL: <https://www.britannica.com/biography/Mario-Testino>>. Consultado a [8 Agosto 2017].

BRITANNICA, Encyclopaedia – David Bailey British Photographer, 2017. Disponível em WWW: <URL: <https://www.britannica.com/biography/David-Bailey>>. Consultado a [8 Agosto 2017]

BRITANNICA, Encyclopaedia – Vogue American Magazine, 2017. Disponível em WWW:<URL:<https://www.britannica.com/topic/Vogue-American-magazine>>. Consultado a [8 Agosto 2017].

Condé Nast, 2017. Disponível em WWW:<URL:<http://www.condenast.com/about/>>.

Condé Nast, 2017. Disponível em WWW:<URL:<http://www.condenast.com/press/bob-sauerberg-appointed-president-and-ceo-of-conde-nast/>>.

Condé Nast International, 2017. Disponível em WWW:<URL:<http://www.condenastinternational.com/about-us/mission/>>.

ESTRELA, Albano - A Importância do Meio Ambiente na Educação [Em linha]. Educare - O Portal da Educação, 2011. Disponível em WWW: <URL: <http://www.educare.pt/testemunhos/artigo/ver/?id=12674&langid=1>>. Consultado a [31 Outubro 2016].

FASHION AS COMMUNICATION, 2016. Disponível em WWW: <URL:<https://fashionascommunication.wordpress.com>>. Consultado a [21 Novembro 2016].

FERREIRA, Margarida – Carreira. Profissões da moda: as 8 principais funções do mundo da moda. Ekonomista, 2016. Disponível em WWW:<URL: <http://www.e-konomista.pt/artigo/profissoes-da-moda/>>. Consultado a [17 Junho 2017]

FISHER, Harriet – “The Fashion Bible” – A History of Vogue Magazine, 2015. Disponível em WWW:<URL: <https://www.barnebys.co.uk/blog/article/2628/the-fashion-bible-a-history-of-vogue-magazine/>>. Consultado a [17 Março 2017].

GINSBERG, Madeleine – “Fashion Magazines” – Fashion History, 2017. Disponível em WWW:<URL:<http://fashion-history.lovetoknow.com/fashion-clothing-industry/fashion-magazines>>. Consultado a [10 Dezembro 2016]

GOMES, Paulo - Portfolio “Paulo Gomes - Fashion art director/ stylist”. Behance, 2015. Disponível em WWW:<URL: <https://www.behance.net/gallery/27104807/portfolio>>. Consultado a [11 Janeiro 2017].

GONÇALVES, Inês - Inês gonsalves work: about, 2017. Disponível em WWW:<URL: <http://www.inesgonsalves.work/about>>.

HALL, Harriet - London Fashion Week 2015: From catwalk to High Street [Em linha]. BBC NEWS: Business, 2006. Disponível em WWW: <URL:<http://www.bbc.com/news/business-31603012>>. Consultado a [27 Outubro 2016].

Hamiltons – Helmut Newton Biography, 2017. Disponível em WWW:<URL:<http://www.hamiltonsgallery.com/artists/helmut-newton/biography/>>.

Helena Assédio Maltez- Bio, 2017. Disponível em WWW:<URL:<https://helenaaessediomaltez.com/helena-assedio-maltez/>>.

Helmut Newton Foundation, 2017. Biography. Disponível em WWW:<URL:[http://www.helmut-newton.com/helmut\\_newton/biography/](http://www.helmut-newton.com/helmut_newton/biography/)>.

Hemeroteca Municipal de Lisboa, 2016. Disponível em WWW:<URL:<http://hemerotecadigital.cm-lisboa.pt/Indice/IndiceA.htm>>.

HORST 2017 – Biography. Disponível em WWW:<URL:<http://www.horstphorst.com/abouthorst.php>>.

HORST, Horst P. - in Artigos de apoio Infopédia. Porto: Porto Editora, 2003-2017. Disponível em WWW:<URL:[https://www.infopedia.pt/apoio/artigos/\\$horst-p.-horst](https://www.infopedia.pt/apoio/artigos/$horst-p.-horst)>. Consultado a [12 Outubro 2017].

HOSTETLER, Lisa - Artist: Horst P. Horst (1906 - 1999) – Biography. International Center of Photography, 2017. Works from the International Center of Photography Collection, New York: Bulfinch Press in association with the International Center of Photography, 1999, p. 218). Disponível em WWW: <URL: <https://www.icp.org/browse/archive/constituents/horst-p-horst?all/all/all/all/0>>. Consultado a [7 Agosto 2017].

HULME, Mary O'Donnell – Artist: George Hoyningen-Huene. International Center of Photography, 2017. Disponível em WWW: <URL: <https://www.icp.org/browse/archive/constituents/george-hoyningen-huene?all/all/all/all/0>>. Consultado a [5 Fevereiro 2017].

ISEMAN, Courtney – Rose Bertin, The First Celebrity Stylist. The Hairpin, 2015. Disponível em WWW:<URL: <https://www.thehairpin.com/2015/02/rose-bertin-the-first-celebrity-stylist/>>. Consultado a [28 Setembro 2017].

Just Models site, 2017. Disponível em WWW:<URL:<http://www.just.pt/academia/goncaloclaro.php>>.

Karl Templer Studio - About, 2017. Disponível em WWW:<URL:<http://www.karltempler.com/about>>.

KORDIC, Angie – The World of Fashion Photography: Photography. Widewalls, 2016. Disponível em WWW:<URL: <http://www.widewalls.ch/the-world-of-fashion-photography/>>. Consultado a [18 Agosto 2017]

LANGKAY, Inga Liningaan - THE (POSSIBLE) IMPORTANCE OF FASHION PHOTOGRAPHY. Previiew, 2016. Disponível em WWW:<URL: <https://previiew.com/home/journal/the-possible-importance-of-fashion-photography.html>>. Consultado a [18 Fevereiro 2017].

LYON, Shire – “The Evolution of Fashion Journalism from Print to Digital”, The Fashion Globe Magazine online, 2016. Disponível em WWW:<URL:<http://www.thefashionglobe.com/the-evolution-of-fashion-journalism>>. Consultado a [8 Dezembro 2016]

MADUREIRA, Eduardo Jorge – Leituras: Nova História da Imprensa Portuguesa. Jornal Público, 2013. Disponível em WWW: <URL: <http://blogues.publico.pt/pagina23/2013/12/03/leituras-nova-historia-da-imprensa-portuguesa/>>. Consultado a [28 Setembro 2017].

Meios&Publicidade - É preciso mais experimentalismo, 2000. Disponível em WWW:<URL: [http://www.meiosepublicidade.pt/2000/03/\\_preciso\\_mais\\_experimentalismo/](http://www.meiosepublicidade.pt/2000/03/_preciso_mais_experimentalismo/)>.

Monovisions - Biography: Portrait photographer Adolph de Meyer, 2015. Disponível em WWW:<URL:<http://monovisions.com/adolph-de-meyer/>>.

NIKOLA – “History of the Magazines”, Magazine Designing online, 2013. Disponível em WWW:<URL: <http://www.magazinedesigning.com/history-of-the-magazines/>>. Consultado a [8 Dezembro 2016]

ORESKOVICH, Julie - Gazette du Bon Ton: A Journal of Good Taste, 2016. Disponível em WWW:<URL:<https://www.abebooks.com/books/features/lithographs/gazette-du-bon-ton.shtml>>. Consultado a [15 Dezembro 2016].

Palavras Ditas, 2017 – Formador Carlos Ramos: Fotógrafo de moda e retrato. Disponível em WWW:<URL:<http://www.palavrasditas.pt/formadores/carlos-ramos/>>.

PARKER, Caitlin - Auctions: A Brief History of Fashion Photography. Artnet, 2014. Disponível em WWW:<URL: <https://news.artnet.com/market/a-brief-history-of-fashion-photography-32620>>. Consultado a [4 Julho 2017].

PAZ, Rui – Fascismo e neofascismo na Europa. O Militante, PCP – Reflexão e Prática, Edição nº 289, 2007. Disponível em WWW:<URL: <http://www.omilitante.pcp.pt/pt/289/Internacional/145/Fascismo-e-neofascismo-na-Europa.htm>>. Consultado a [6 Outubro 2017].

PINTO, Paulo Jorge – A Imprensa periódica portuguesa na época da Restauração. Memória Virtual, 2009. Disponível em WWW: <URL: <https://memoriavirtual.net/2009/04/02/a-imprensa-periodica-portuguesa-na-epoca-da-restauracao/>>. Consultado a [23 Setembro 2017].

Porto Fashion Makers - Fernando Bastos Pereira, Moda+Indústria, 2017. Disponível em WWW:<URL:<https://www.portofashionmakers.com/pt/people/64-fernando-bastos-pereira>>.

RAWLINSON, Linnie – Biography: David Bailey. CNN, 2006. Disponível em WWW:<URL: <http://edition.cnn.com/2006/TRAVEL/11/02/london.biog/>>. Consultado a [ 20 Agosto 2017]

RITCHIE, Rowena – “Now & Then: The History of Fashion Media”, Ecosalon, 2012. Disponível em WWW:<URL: <http://ecosalon.com/now-then-the-history-of-fashion-media/>>. Consultado a [20 Janeiro 2017].

RODRIGUES, Ricardo J. – A moda atrás da lente. Notícias Magazine, 2015. Disponível em WWW:<URL: <https://www.noticiasmagazine.pt/2015/a-moda-atras-da-lente/>>. Consultado a [17 Fevereiro 2017]

SANTOS, Aurélio – O fascismo em Portugal, a luta popular e a unidade antifascista. URAP (União de Residentes Antifascistas Portugueses), 2007. Disponível em WWW:<URL: <http://www.urap.pt/index.php/histria-mainmenu-37/32-histria/61-o-fascismo-em-portugal-a-luta-popular-e-a-unidade-antifascista-algumas-notas>>. Consultado a [6 Outubro 2017].

SHERMAN, Lauren – Business: THE 20 MOST INFLUENTIAL PERSONAL STYLE BLOGGERS RIGHT NOW. Fashionista, 2015. Disponível em WWW:<URL: <https://fashionista.com/2015/02/most-influential-style-bloggers-2015>>. Consultado a [28 Setembro 2017].

SINGER, Olivia – “The Illustrious History of the Fashion Magazine”, AnOther online, 2015. Disponível em WWW:<URL: <http://www.anothermag.com/fashion-beauty/7487/the-illustrious-history-of-the-fashion-magazine>>. Consultado a [4 Novembro 2016]

SOUSA, Jorge Pedro - Uma história do jornalismo em Portugal até ao 25 de Abril de 1974. Porto: [s.n], 2007. Disponível em WWW: <URL: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/sousa-jorge-pedro-uma-historia-do-jornalismo-1974.pdf>>. Consultado a [28 Setembro 2017].

Staley Wise Gallery. Disponível em WWW:<URL:<http://www.staleywise.com/collection/huene/huene.html>>.

STEVENSON, Robert B. & DILLON, Justin - “Engaging Environmental Education: Learning, Culture and Agency”. Alemanha: Sense Publishers, 2010. Disponível em WWW: <URL:<https://www.sensepublishers.com/media/369-engaging-environmental-education.pdf>>. Consultado a [28 Outubro 2016].

TESTINO, Mario – Biography. Mario Testino online, 2017. Disponível em WWW:<URL: <http://www.mariotestino.com/biography/>>.

The Red List – Helmut Newton (1920-2004), 2017. Disponível em WWW:<URL:<https://theredlist.com/wiki-2-16-601-793-view-fashion-1-profile-newton.html>>.

THORNLEY, Paige – “Examining the Role of Bloggers in the Fashion Industry: A Public Relations Strategy for New Designers”. California, 2014. Disponível em WWW:<URL: <http://digitalcommons>.



calpoly.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1074&context=joursp>. Consultado a [ 4 Novembro 2016].

WALDRON, Glenn - News, Joe Mckenna: This charming man. 10MAGAZINE, 2010. Disponível em WWW:<URL: <http://www.10magazine.com/news/joe-mckenna-this-charming-man>>. Consultado a [10 Agosto 2017].

WRIGHT, Jennifer - Sarah J. Hale, America's First Power Fashion Editor. Racked, 2015. Disponível em WWW:<URL:<https://www.racked.com/2015/7/17/8979331/sarah-josepha-hale-first-female-fashion-editor>>. Consultado a [28 Setembro 2017].

## **ARTIGOS CIENTÍFICOS [REVISTAS E JORNAIS ONLINE]**

ALEXANDER, Hilary – FASHION: Emmanuelle Alt Interview. French Vogue's new editor, Emmanuelle Alt, buys her jeans at Topshop. She also has a keen eye for the next big thing. The Telegraph, 2011. Disponível em WWW:<URL: <http://fashion.telegraph.co.uk/news-features/TMG8364869/Emmanuelle-Alt-interview.html>>. Consultado a [17 Agosto 2017]

ANIELA, [s.n] - As tecnologias ao serviço de uma moda mais ética. Voxeurop, 2009. Disponível em WWW: <URL:<http://www.voxeurop.eu/pt/content/article/132511-tecnologias-ao-servico-de-uma-moda-mais-etica>>. Consultado a [24 Novembro 2016].

BATEMAN, Kristen - WOMEN WHO CHANGED FASHION: THE EDITORS AND WRITERS. Revista Harper's Bazaar, 2015. Disponível em WWW:<URL: <http://www.harpersbazaar.com/culture/features/g6480/editors-who-changed-fashion/>>. Consultado a [20 Março 2017].

BELANCIANO, Vítor – Artes: Morreu Pedro Cláudio, um fotógrafo livre e transversal. Jornal Público, 2016. Disponível em WWW:<URL: <https://www.publico.pt/2016/04/21/culturaipsilon/noticia/morreu-pedro-claudio-um-fotografo-livre-e-transversal-1729724>>. Consultado a [5 Junho 2017]

BERGIN, Olivia – FASHION: 21 things you probably didn't know about Anna Wintour. The Telegraph, 2014. Disponível em WWW:<URL: <http://fashion.telegraph.co.uk/news-features/TMG11034129/Things-you-didnt-know-about-US-Vogue-editor-Anna-Wintour.html>>. Consultado a [8 Outubro 2017].

BERRINGTON, Katie – Mario Testino. British Vogue, 2014. Disponível em WWW: <URL: <http://www.vogue.co.uk/article/mario-testino-biography>>. Consultado a [6 Agosto 2017].

BOF 2017 – Biography Steven Meisel. Disponível em WWW:<URL:<https://www.businessoffashion.com/community/people/steven-meisel>>.

BOF 2017 – Biography Mario Testino. Disponível em WWW:<URL:<https://www.businessoffashion.com/community/people/mario-testino>>.

BOF 2017 – Biography Juergen Teller. Disponível em WWW:<URL:<https://www.businessoffashion.com/community/people/juergen-teller>>.

BORRELLI-PERSSON, Laird – “Sarah Jessica Parker Narrates the First Years of Fashion in Vogue, Starting in 1892”, 2017. Disponível em WWW: <URL:<https://www.vogue.com/article/vogue125-video-fashion-history-sarah-jessica-parker-year-1892>>. Consultado a [7 Agosto 2017].

CANELAS, Lucinda - Cecil Beaton, retratos com câmara e caneta: Livros. Jornal Público, 2014. Disponível em WWW:<URL: <https://www.publico.pt/2014/12/03/culturaipsilon/noticia/cecil-beaton>>

-retratos-com-camara-e-caneta-1678049>. Consultado a [28 Julho 2017]

CARDOSO, Filipe & RAINHO, Pedro - 25 de Abril. 41 anos de liberdade, 40 anos de democracia - “Um ano depois da Revolução os portugueses foram em massa às urnas.”, Jornal i online, 2015. Disponível em WWW:<URL: <http://ionline.sapo.pt/388393>>. Consultado a [5 Dezembro 2016].

CARDOSO, Joana – Uma história oral de 25 anos de moda (Lisboa) em Portugal. Público online, 2016. Disponível em WWW:<URL: <https://www.publico.pt/2016/03/11/culturaipsilon/noticia/historia-oral-de-25-anos-de-moda-lisboa-em-portugal-1725787/amp>>. Consultado a [20 Novembro 2016].

CARDOSO, Mariana - “As escolhas de Susana Marques Pinto, stylist de stylists”. Lux Woman, 2014. Disponível em WWW:<URL: <http://www.luxwoman.pt/as-escolhas-de-susana-marques-pinto-stylist-de-stylists/>>. Consultado a [11 Janeiro 2017].

CARDOSO, Mariana – Pessoas: As Escolhas de Mário Príncipe, fotógrafo, Lux Woman, 2013. Disponível em WWW: <URL: <https://www.luxwoman.pt/as-escolhas-de-mario-principe-fotografo/>>. Consultado a [ 15 Fevereiro 2017].

CLARKE, Ashley – News & Analysis: Who’s Driving Japanese Style?. Business of Fashion, 2017. Disponível em WWW:<URL: <https://www.businessoffashion.com/articles/global-currents/whos-driving-japanese-style>>. Consultado a [8 Agosto 2017]

CRAVEN, Jo – Anna Wintour. British Vogue, 2008. Disponível em WWW: <URL: <http://www.vogue.co.uk/article/anna-wintour-biography>>. Consultado a [9 Agosto 2017].

CRAVEN, Jo – Helmut Newton. British Vogue, 2008. Disponível em WWW: <URL: <http://www.vogue.co.uk/article/helmut-newton-biography>>. Consultado a [6 Agosto 2017].

CRAVEN, Jo - Richard Avedon. British Vogue, 2008. Disponível em WWW: <URL: <http://www.vogue.co.uk/article/richard-avedon-biography>>. Consultado a [5 Agosto 2017].

COOKE, Rachel – Culture: Grace by Grace Coddington - review. The Guardian, 2012. Disponível em WWW:<URL: <https://www.theguardian.com/books/2012/dec/09/grace-coddington-review-autobiography-memoir>>. Consultado a [ 26 de Agosto 2017].

Emmanuelle Alt BOF 2017. Disponível em WWW:<URL:<https://www.businessoffashion.com/community/people/emmanuelle-alt>>.

FERNANDEZ, Chantal - News & Analysis: Robbie Myers to exit Elle Magazine. Business of Fashion, 2017. Disponível em WWW:<URL: <https://www.businessoffashion.com/articles/news-analysis/robbie-myers-to-exit-elle-magazine>>. Consultado a [30 Setembro 2017].

Grace Coddington , BOF 2017. Disponível em WWW:<URL: <https://www.businessoffashion.com/community/people/grace-coddington>>.

HICKLIN, Aaron – Mario Testino: the man who makes models super. The Guardian, 2012. Disponível WWW: <URL: <https://www.theguardian.com/artanddesign/2012/oct/21/mario-testino-interview-fashion-photography>>. Consultado [10 Agosto 2017].

HOANG, Limei - Can Cost-Cutting Save Fashion Magazines? . Business of Fashion, 2016. Disponível em WWW:<URL: <https://www.businessoffashion.com/articles/intelligence/cost-cutting-fashion-magazines-hearst-time-inc-conde-nast>>. Consultado a [28 Novembro 2016].

HODGSON, Moira – ART & DESIGN: Grace Under Pressure. The New York Times, 1995. Disponível em WWW:<URL: <http://www.nytimes.com/1995/09/24/books/grace-under-pressure>>.

html?pagewanted=all&mcubz=1>. Consultado a [28 Setembro 2017].

HORTA, Bruno – Cultura: Morreu o fotógrafo e realizador Pedro Cláudio. Jornal Observador, 2016. Disponível em WWW:<URL: <http://observador.pt/2016/04/21/morreu-fotografo-realizador-pedro-claudio/>>. Consultado a [5 Junho 2017]

HORYN, Cathy –Fashion & Style: How Avedon Blurred His Own Image. The New York Times, 2009. Disponível em WWW: <URL: <http://www.nytimes.com/2009/05/14/fashion/14AVEDON.html>>. Consultado a [3 Agosto 2017].

HUDSON, Mark - David Bailey: 'I've never understood why people like Jean Shrimpton and Kate Moss so much'. The Telegraph, 2014. Disponível em WWW:<URL: <http://www.telegraph.co.uk/culture/art/art-features/10604874/David-Bailey-Ive-never-understood-why-people-like-Jean-Shrimpton-and-Kate-Moss-so-much.html>>. Consultado a [ 20 Agosto 2017]

Joe Mckenna 2017 Bof. Disponível em WWW:<URL: <https://www.businessoffashion.com/community/people/joe-mckenna>>.

Jornal Público 2009 – Filipe Carriço. Disponível em WWW:<URL:<https://www.publico.pt/2009/12/06/jornal/filipe-carrico-18279999>>.

KANSARA, Vikram - Future of Fashion Magazines | Part One - A Changing Landscape. Bussiness of Fashion, 2009. Disponível em WWW: <URL:<https://www.businessoffashion.com/articles/fashion-tech/future-of-fashion-magazines-part-one-a-changing-landscape>>. Consultado a [18 Dezembro 2016].

Karl Templar 2017 BOF. Disponível em WWW:<URL:<https://www.businessoffashion.com/community/people/karl-templar>>.

KLEINFELD, N.R. – Grace Mirabella, at 59, starts over again. The New York Times, 1989. Disponível em WWW:<URL: <http://www.nytimes.com/1989/04/30/business/grace-mirabella-at-59-starts-over-again.html?pagewanted=all&mcubz=1>>. Consultado a [ 28 Setembro 2017].

LEAPER, Caroline – Juergen Teller. British Vogue, 2008. Disponível em WWW: <URL: <http://www.vogue.co.uk/article/juergen-teller>>. Consultado a [6 Agosto 2017].

LIMNANDER, Armand – T Magazine, The Tall: No Ordinary Joe. The New York Times, 2007. Disponível em WWW:<URL: <http://www.nytimes.com/2007/08/26/style/tmagazine/26joe.html?mcubz=1>>. Consultado a [13 Agosto 2017]

Marketeer, 2017. Disponível em WWW:<URL:<http://marketeer.pt/2017/05/11/vogue-portugal-chega-ao-fim-em-agosto/>>.

MONTEIRO, Henrique – Cultura: Nem fascista nem salazarista – salazarento. Jornal Expresso, 2014. Disponível em WWW:<URL: <http://expresso.sapo.pt/cultura/nem-fascista-nem-salazarista-salazarento=f883860>>. Consultado a [5 Outubro 2017].

MONTEIRO, Vanessa – Moda de Rua // João Pombeiro. GQ Portugal, 2015. Disponível em WWW:<URL: <http://gqportugal.pt/moda-rua-joao-pombeiro/>>. Consultado a [4 Julho 2017].

MORRIS, Bernardine – Obituaries: Diana Vreeland, Editor, Dies; Voice of Fashion for Decades. The New York Times, 1989. Disponível em WWW:<URL: <http://www.nytimes.com/1989/08/23/obituaries/diana-vreeland-editor-dies-voice-of-fashion-for-decades.html?pagewanted=all&mcubz=1>>. Consultado a [20 Março 2017]

OLOIZIA, Jeff - The 10 Most Groundbreaking Covers in the History of Vogue. The New York Times, 2014. Disponível em WWW: <URL: <http://tmagazine.blogs.nytimes.com/2014/08/21/>

vogue-magazine-list-10-most-groundbreaking-covers-in-the-history-of-vogue/>. Consultado a [3 Agosto 2017].

PITTAVINO, Chiara – Grace Mirabella. Vogue Italia, 2017. Disponível em WWW:<URL: <http://www.vogue.it/en/news/encyclo/people/m/grace-mirabella>>. Consultado a [28 Setembro 2017].

PRYNNE, Miranda – “Cecil Beaton’s brutally honest opinions of the stars he photographed revealed”, The Telegraph online, 2014. Disponível em WWW:<URL: <http://www.telegraph.co.uk/culture/books/11039614/Cecil-Beatons-brutally-honest-opinions-of-the-stars-he-photographed-revealed.html>>. Consultado a [17 Julho 2017]

RAMALHO, Sónia – Vida e Carreira: As profissões da Moda. SapoLifestyle, 2015. Disponível em WWW:<URL: <http://lifestyle.sapo.pt/vida-e-carreira/dinheiro-e-carreira/artigos/as-profissoes-da-moda?pagina=2>>. Consultado a [13 Abril 2017]

RAMSDALE, Suzannah – Fashion: Why are French women so damn cool? The 17 chicest French ladies to have ever walked the planet. UK Marie Claire, 2016. Disponível em WWW:<URL: <http://www.marieclaire.co.uk/fashion/why-are-french-women-so-damn-cool-meet-the-16-chicest-french-ladies-ever-115809>>. Consultado a [27 Agosto 2017].

ROFF, Connie – Grace Coddington. British Vogue, 2012. Disponível em WWW:<URL: <http://www.vogue.co.uk/article/grace-coddington>>. Consultado a [26 Agosto 2017].

SANTOS, João Carlos – Cultura: Pedro Cláudio, um camaleão de energia excecional. Jornal Expresso, 2016. Disponível em WWW:<URL: <http://expresso.sapo.pt/cultura/2016-04-21-Pedro-Claudio-um-camaleao-de-energia-excecional>>. Consultado a [3 Março 2017]

SCHIRO, Anne-Marie – STYLE MAKERS; Steven Meisel – Photographer. The New York Times, 1989. Disponível em WWW: <URL: <http://www.nytimes.com/1989/03/19/style/style-makers-steven-meisel-photographer.html>>. Consultado a [ 7 Fevereiro 2017].

SERRÃO, Júlia – Mulher & Carreira: A senhora do styling. Revista Máxima, Dezembro 2011, p.98. Disponível em WWW:<URL: <http://www.pulpfashion.pt/escola/pdf/MulherCarreira279.pdf>>. Consultado a [ 20 Março 2017]

SHERMAN, Lauren – Face of Elle. Forbes, 2009. Disponível em WWW:<URL: <https://www.forbes.com/2009/04/20/elle-magazine-publishing-forbes-woman-power-fashion.html>>. Consultado a [21 Março 2017].

SIMÕES, Manuel - 24 Horas em Lisboa – Isabel Branco. Up Magazine, 2014. Disponível em WWW: <URL: [http://upmagazine-tap.com/pt\\_artigos/24-horas-em-lisboa-isabel-branco/](http://upmagazine-tap.com/pt_artigos/24-horas-em-lisboa-isabel-branco/)>. Consultado a [11 Janeiro 2017].

Vogue Espanhola, 2017 – David Bailey Fotógrafo. Disponível em WWW:<URL:<http://www.vogue.es/moda/modapedia/fotografos/david-bailey/177>>.

Vogue Paris, 2017 Background Emmanuelle Alt. Disponível em WWW:<URL:<http://en.vogue.fr/vogue-list/thevoguelist/emmanuelle-alt/1011>>.

WISEMAN, Eva – Fashion: Amazing Grace Coddington: inside the world of US Vogue’s creative director. The Guardian, 2012. Disponível em WWW:<URL: <https://www.theguardian.com/fashion/2012/nov/25/grace-coddington-memoirs-us-vogue-interview>>. Consultado a [ 26 de Agosto 2017].